



BACHELORARBEIT

Herr/Frau
Jens Benner

**Crowdfunding in der deut-
schen Independent und Low-
Budget Filmszene**

2015

BACHELORARBEIT

Crowdfunding in der deutschen Independent und Low-Budget Filmszene

Autor/in:
Jens Benner

Studiengang:
Angewandte Medien

Seminargruppe:
AM12wT5-B

Erstprüfer:
Peter Gottschalk

Zweitprüfer:
Prof. Thomas Pier

BACHELOR THESIS

Crowdfunding in the German independent and low-budget film-industry

author:
Jens Benner

course of studies:
Angewandte Medien

seminar group:
AM12wT5-B

first examiner:
Peter Gottschalk

second examiner:
Prof. Thomas Pier

submission:
Gau-Odernheim, 23.06.2015

Bibliografische Angaben

Benner, Jens:

Crowdfunding in der deutschen Independent und Low-Budget Filmbranche

Crowdfunding in the German independent and low-budget film-industrie

55 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2015

Abstract

In dieser Arbeit wird sich mit dem Thema Crowdfunding in der Low-Budget und Independentfilmbranche beschäftigt. Dazu wird erklärt was Crowdfunding ist und wie es als Finanzierungsmöglichkeit funktioniert. Ebenso wird erklärt was man unter Low-Budget- und Independentfilmen versteht. Ergänzend dazu werden verschiedene Filmfinanzierungsmöglichkeiten, insbesondere die Filmförderung vorgestellt. Ziel dieser Arbeit soll es sein, festzustellen ob Crowdfunding von der Low-Budget und Independentfilmbranche genutzt wird und welche Chancen und Risiken sich daraus ergeben haben. Die Ergebnisse der Untersuchungen basieren auf Literaturrecherchen und aktuellen Statistiken, die miteinander verglichen wurden.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	I
Abbildungsverzeichnis	II
1 Einführung in das Thema	3
1.1 Ausgangssituation	3
1.2 Zielsetzung der Arbeit	3
1.3 Aufbau der Arbeit	4
2 Crowdfunding	5
2.1 Was ist Crowdfunding?	5
2.2 Die Geschichte des Crowdfundings	6
2.3 Die Entwicklung der Schwarmfinanzierung	7
2.4 Die verschiedenen Arten des Crowdfundings	9
2.5 Teilnehmer und Beteiligte	11
2.6 Ablauf des Crowdfundings	12
3 Das Medium Film	15
3.1 Definition Film	15
3.2 Die Geschichte des Films: Ein kurzer Einblick	17
3.3 Produktionsphasen eines Films	23
3.4 Erlöse aus Filmen	26
3.5 Finanzierungswesen des deutschen Films	28
3.6 Filme im Low-Budget Bereich	30
3.7 Der Independent Film	31
4 Filmförderung in Deutschland	36
4.1 Filmförderpolitik in Deutschland	36
4.2 Die wichtigsten Förderinstitutionen in Deutschland	38
4.3 Ziele und Vorgaben der Filmförderung	39
4.4 Finanzierungsherkunft der Förderfonds und der Filmförderungsanstalt	42
5 Einsatz des Crowdfundings für Filmfinanzierung	44
5.1 Crowdfunding für Filme	44
5.2 Chancen und Risiken des Crowdfunding für Filmemacher	46
5.3 Hat Crowdfunding Einfluss auf die Branche?	48
6 Schlussbetrachtung	51
Literaturverzeichnis	III
Eigenständigkeitserklärung	IV

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Crowdfunding: Eingesammeltes Kapital im Zeitraum 2011 bis 2014	8
Abb. 2: Die Crowdfunding-Arten	11
Abb. 3: Funktionsweise einer Laterna magica	17
Abb. 4: Home Video Markt nach Formaten.	24
Abb. 5: Marktanteile erstaufgeführter Produktionen in deutschen Kinos 2014	37
Abb. 6: Einnahmen der Filmförderanstalt durch die Filmabgabe in Prozent	42
Abb. 7: Einnahmen Deutschsprachiger Crowdfunding-Filmprojekte nach Budget	46
Abb. 8: Erstaufgeführte deutsche Spielfilme nach Produktionsklassen.....	51

1 Einführung in das Thema

1.1 Ausgangssituation

Geldbeschaffung durch Crowdfunding hat sich für Filmemacher bereits als nützliches Werkzeug erwiesen. Nicht nur junge Start-Ups und neue Produkte lassen sich mithilfe des „Schwarms“ unterstützen und umsetzen. Auch die Filmbranche hat das neue Finanzierungssystem für sich entdeckt. Neben Hobbyregisseuren und jungen unabhängigen Filmemachern greifen nun auch prominente Produktionen auf die Macht aus dem Internet zurück.

Wissenschaftliche Erkenntnisse zu Crowdfunding können aus unterschiedlichen Bereichen kommen. Ein Großteil der Autoren beschäftigt sich mit Crowdfunding und wie man erfolgreich Geld anlegt bzw. beschaffen kann.¹ Eine andere Annäherung an das Thema bieten Arbeiten, die die Art und Weise, wie man eine Crowdfunding-Kampagne durchführt, beschreiben und sich mit den Marktgegebenheiten auseinandersetzen.² Literatur über die Finanzierung von Filmproduktionen beschäftigt sich in einzelnen Kapiteln oder ganzen Büchern mit dem Thema.³

1.2 Zielsetzung der Arbeit

Diese Arbeit soll überprüfen, ob die deutsche Low-Budget und Independent Filmindustrie das Crowdfunding nutzt und welche Chancen und Risiken sich daraus ergeben haben. Wie lassen sich die Begriffe Crowdfunding und Low-Budget/Independent in die Filmbranche einordnen? Als Alternativmodell wird die deutsche Filmförderung beleuchtet, die als stärkstes Finanzierungswerkzeug in Deutschland gilt. Das Untersuchungsziel dieser Arbeit ist es, herauszufinden, ob Crowdfunding Auswirkungen auf die Filmbranche hat.

¹ Vgl. Schramm/Carstens [2014], S. 11

² Vgl. Dresner [2014], S. 47

³ Vgl. Bomnüter/Scheller [2014], S. 152

1.3 Aufbau der Arbeit

Zunächst soll in Kapitel 2 geklärt werden, was Crowdfunding für eine Art von Finanzierungsmöglichkeit ist und wie sie funktioniert und eine typische Kampagne aufgebaut ist. Dazu wird erläutert, wie Crowdfunding entstanden ist und welche Arten sich daraus entwickelt haben. Anschließend wird in Kapitel 3 das Medium Film erläutert. Einem Einblick in die Geschichte des Films folgt die Erklärung von dessen Wertschöpfungs- und Entstehungsprozesses. Zudem wird beschrieben wie sich die Einnahmen aus Filmen zusammensetzen. Anschließend kommt es zu einer Einordnung der beiden Begriffe Low-Budget und Independent in den Bereich des Filmes. Kapitel 4 setzt sich mit der Filmförderung in Deutschland auseinander. Es wird erklärt, was die Aufgaben und Ziele der Förderung sind und weshalb sie existiert. Dazu wird gezeigt, woher die Finanzierungsmittel stammen und unter welchen Voraussetzungen man sie erhält. Kapitel 5 beschreibt den aktuellen Stand des Crowdfundings in der Filmbranche und erläutert dessen Vor- und Nachteile. Danach wird versucht, anhand einiger Statistiken die Auswirkungen von Crowdfunding auf die Low-Budget und Independentfilmbranche festzustellen. Die ersten Kapitel dienen zur Definition und Einordnung der Begrifflichkeiten, bevor es im letzten Teil zur Bearbeitung der Forschungsfragen kommen wird.

2 Crowdfunding

In diesem Kapitel soll geklärt werden, um was es sich bei dem Begriff „Crowdfunding“ handelt. Wie ist die Schwarmfinanzierung entstanden und worin unterscheidet sie sich von anderen Finanzierungsmöglichkeiten? Vor allem soll geklärt werden, wie der typische Crowdfundingprozess abläuft um nachvollziehen zu können, wie das System funktioniert und was es von anderen Finanzierungsmethoden unterscheidet.

2.1 Was ist Crowdfunding?

Das Wort „Crowdfunding“ beschreibt das Zusammenkommen einer größeren Gruppe, die gemeinsam ein ausgearbeitetes Projekt organisiert und durchführt.⁴ Etwas genauer beschrieben ist Crowdfunding eine Finanzierung von Projekten, die mithilfe eines offenen Aufrufes durch eine Internetplattform eine undefinierte Masse zum Spenden anregt.⁵ Andrea Ordanini beschreibt im Journal of Service Management den Begriff so:

„Crowdfunding is a collective effort by people who network and pool their money together, usually via the Internet, in order to invest in and support efforts initiated by other people or organizations.“⁶

Man kann daher den Begriff auch mit „Schwarmfinanzierung“ übersetzen. Für die Kapitalvergabe erhalten die Spender oft eine Gegenleistung. Diese erhält man allerdings häufig nur bei einem erfolgreichen Abschluss des Projektes. In der Regel gibt es keine Garantie für solche Gegenleistungen durch die Plattformen und Projektinitiatoren.

⁴ Vgl. Schramm/Carstens [2014], S. 5

⁵ Vgl. Blohm/ Leimeister/ Wenzlaff/ Gerbert [2013], S. 10

⁶ Ordanini [2011], S. 2

2.2 Die Geschichte des Crowfundings

Die Idee, eine Gruppe von Menschen für ein Projekt Geld spenden zu lassen, existiert schon lange, denn dieses Finanzierungssystem galt als wichtiger Vorreiter des Bankenwesens.⁷ Auch die Freiheitsstatue in New York war ein gemeinschaftlich finanziertes Projekt der Franzosen das sie dem amerikanischen Volk 1876 anschließend schenkten.⁸ Der Architekt des Monuments versteigerte aus diesem Anlass ein Miniatur-Modell der Statue und ließ den Namen des Käufers eingravieren.⁹ So wurden durch die Beträge vieler weiterer Aktionen genug Geld gesammelt um die Statue finanzieren zu können. Hier lassen sich viele Parallelen zum heutigen Crowdfunding finden.

Auch Spendenaufrufe für Hilfsorganisationen kann man eine Ähnlichkeit zu Crowdfunding zusprechen. Mit der Verbreitung des Web 2.0 entstand die Möglichkeit mit Menschen weltweit zu interagieren. Perry Chen nutzte diesen Umstand und gründete 2009 die Plattform „Kickstarter“, die als Vorreiter des modernen Crowfundings gilt.¹⁰ Geprägt wurde der Begriff vom amerikanischen Journalisten Jeff Howe. Er beschrieb 2006 als erster das Phänomen „Crowdsourcing“. Dessen Definition gilt heute als Basis für das heutige Crowdfunding.¹¹ Noch früher als Jeff Howe arbeitete die Internetplattform „artistshare.com“ mit dem sogenannten „Fan Funding“.¹² Die Website gibt an, bereits 2003 mithilfe von Fan Fundings erste Projekte finanziert zu haben.¹³ Somit lässt sich sagen, dass „artistshare.com“ die erste Crowdfunding-Plattform im Internet war. 2010 startete die erste deutsche Plattform „Startnext“ ihre Internetpräsenz.¹⁴

⁷ Vgl. Dresner [2014], S. 3f.

⁸ Vgl. Dresner [2014], S. 4

⁹ Vgl. Dresner [2014], S. 4

¹⁰ Vgl. Dresner [2014], S. 9

¹¹ Vgl. Blohm/ Leimeister/ Wenzlaff/ Gerbert [2013], S. 10

¹² zu finden unter: <http://artistshare.com/v4/>

¹³ Vgl. Waider [2013], S. 41

¹⁴ Vgl. Waider [2013], S. 41

2.3 Die Entwicklung der Schwarmfinanzierung

Mittlerweile lassen sich über 800 Plattformen zu dem Thema im World Wide Web finden.¹⁵ In Deutschland allein lassen sich ca. 66 Websites ausfindig machen. Die Plattformen fokussieren unterschiedliche Branchen und sprechen verschiedene Projektarten an. Manche Portale wiederum haben ein breites Sortiment an Themengebieten und legen nur den Fokus auf ein bestimmtes Crowdfunding-Modell.

Die verschiedenen Modelle werden in Kapitel 2.4 näher erläutert. Beispiele für deutsche Plattformen, die ihren Fokus auf Filmfinanzierung legen, sind filmkraut.de und cinedime.de. Der Erfolg des Crowdfundings ist enorm und wächst stetig weiter. Nach dem Beratungsunternehmen Massensolution stieg der Markt im Jahr 2012 von 1,5 Milliarden USD auf 2,7 Milliarden an.¹⁶ Für das Jahr 2013 wurde ein Wachstum von 5,1 Milliarden USD vorhergesagt. In Deutschland erreichte das Finanzierungsvolumen 2014 8,7 Millionen Euro.¹⁷

¹⁵ Vgl. Blohm/ Leimeister/ Wenzlaff/ Gerbert [2013], S. 10

¹⁶ Vgl. Massensolution, S. 15

¹⁷ Siehe Abb. 1.

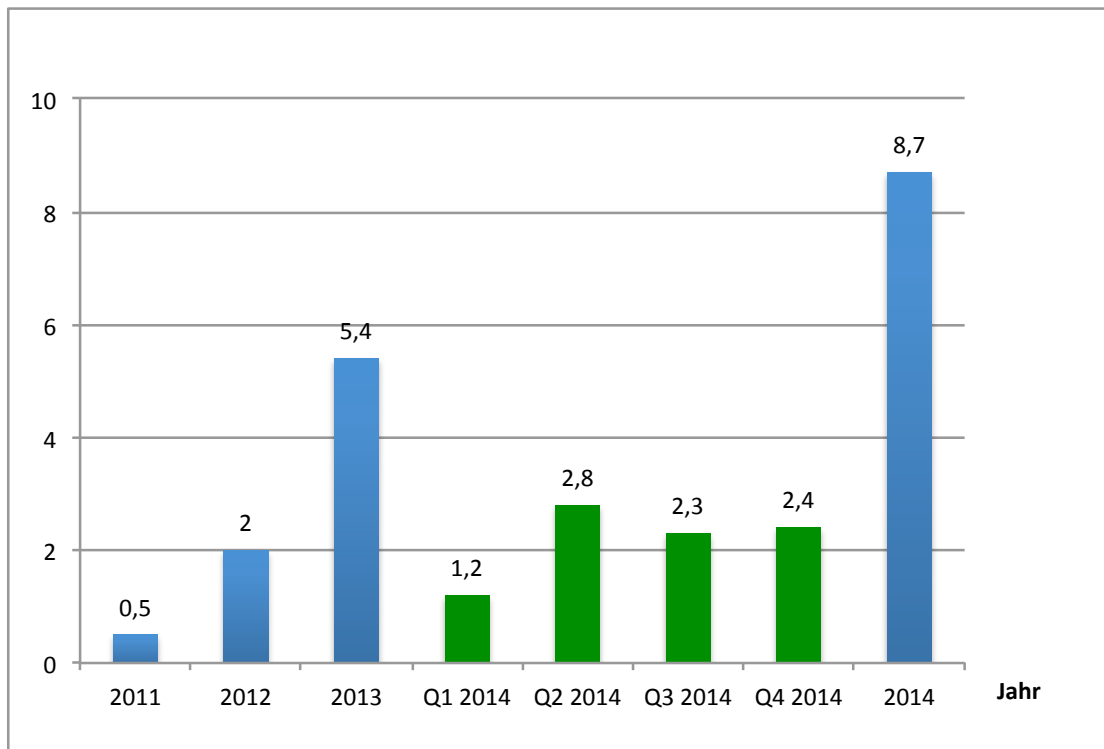
Abb. 1: Crowdfunding: Eingesammeltes Kapital im Zeitraum 2011 bis 2014

Abb. 1: Crowdfunding: Eingesammeltes Kapital im Zeitraum 2011 bis 2014. (Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Für-Gründer.de zu finden unter: <http://www.fuer-gruender.de/blog/2015/02/crowdfinanzierung-2014/>)

Diese Grafik verdeutlicht, wie stark der Crowdfunding-Markt gewachsen ist. Innerhalb von drei Jahren stieg das Finanzierungsvolumen von 0,5 Millionen auf 8,7 Millionen Euro an. Somit ergibt sich ein Plus von 1640%. Das Finanzierungsvolumen beschreibt, wie viel Geld von allen Unterstützern des Projektes insgesamt eingesammelt wurde. Im Gegensatz dazu wurden auf der weltweit größten Plattform Kickstarter ein Finanzierungsvolumen von 500 Millionen US-Dollar gesammelt. Davon stammen 12,8 Millionen Dollar von deutschen Unterstützern. Somit wurde auf Kickstarter mehr Geld von deutschen Spendern eingesammelt als auf allen deutschen Plattformen zusammen.¹⁸ Mit dem gestiegenen Finanzierungsvolumen stieg auch die Anzahl der erfolgreich abge-

¹⁸ Zu finden unter: http://fuer-gruender.de/fileadmin/mediapool/Unsere_Studien/Crowdfinanzierung_Deutschland_2014_Fuer-Gruender.de_Dentons.pdf, S. 2

geschlossenen Projekte. 1.058 von 1.749 Projekten erreichten das Finanzierungsziel und konnten umgesetzt werden. Daraus ergibt sich eine Erfolgschance von ca. 61%.¹⁹ Es können also weit mehr als die Hälfte aller Projekte auf deutschen Crowdfunding-Plattformen oder erfolgreich finanziert werden.

Trotz der enormen Wachstumszahlen ist der Markt für Crowdfunding-Plattformen umkämpft. Viele Anbieter auf dem deutschen Markt mussten ihre Portale wieder schließen. Plattformen die sich neu auf dem Markt behaupten müssen, können nur geringe Erfolge vorweisen.²⁰ Auf der deutschen Plattform Bergfürst beispielsweise wurden bisher nur zwei Projekte gestartet (Stand Juni 2015).²¹

2.4 Die verschiedenen Arten des Crowfundings.

Wie es auch in anderen Bereichen der Fall ist, kann man Crowdfunding in mehrere Arten aufteilen um es genauer zu definieren. Man spricht dabei von verschiedenen Crowdfunding-Typen, die von der Branchen-Website „Crowdsourcing.org“ in ihrem Crowdfunding Industry Report 2012 die vier Arten von Crowdfunding festlegten.²² Das Equity-based Crowdfunding, das Lending-based Crowdfunding, das Reward-based Crowdfunding und das Donation-based Crowdfunding.

Beim Equity-based Crowdfunding auch Crowdinvesting genannt, können Investoren Anteile an Unternehmen kaufen und an deren Gewinnen und Wertsteigerungen teilhaben. Vor allem kommerzielle Unternehmen sind hier tätig.²³ Beim Lending-based Crowdfunding leihen Investoren ihr Geld an Unternehmen wei-

¹⁹ zu finden unter: http://fuergruender.de/fileadmin/mediapool/Unsere_Studien/Crowdfinanzierung_Deutschland_2014_Fuergruender.de_Dentons.pdf, S. 3

²⁰ zu finden unter: http://www.fuergruender.de/fileadmin/mediapool/Unsere_Studien/Crowdfinanzierung_Monitor_Q1_2015_Fuergruender.de_Dentons.pdf, S. 2

²¹ Zu finden unter: <https://de.bergfuerst.com>

²² Vgl. Schramm/Carstens [2014], S. 6

²³ Vgl. Dresner [2014], S. 41

ter, die das Kapital verzinst zurückzahlen müssen.²⁴ Dieser Anspruch gilt auch, falls die Unternehmen Verluste auslösen. Zum Reward-based Crowdfunding gehört die weltweit größte Crowdfunding Plattform Kickstarter. Hier investieren die Unterstützer in innovative Produkte, Ideen oder Filme und erhalten als Gegenzug einen materiellen oder immateriellen Gegenwert.²⁵ Je höher die Spende desto größer ist meistens der Wert der Belohnung. Die Belohnung kann auf verschiedene Art und Weise erfolgen und ist, solange sie nicht gegen die Richtlinien der jeweiligen Plattform verstößt, individuell von den Projektinitiatoren abhängig. Diese Form gilt als die klassischste Variante, zu der auch die bekanntesten Portale Startnext, Indiegogo und Vision Bakery zählen. Für die Finanzierung wird eine Gesamtsumme genannt, die mindestens erreicht werden muss, bevor das Geld an die Projektinitiatoren ausgezahlt werden kann. Wird das Minimalziel nicht erreicht, gilt das Projekt als gescheitert. Das Spenden Crowdfunding oder auch Donation-based Crowdfunding verzichtet sowohl auf Rendite, als auch auf materielle Gegenleistungen für die Investoren. Unterstützer können ihr Geld einfach einem Projekt schenken.²⁶ Die Projekte dienen größtenteils dem Allgemeinwohl und fokussieren sich auf soziale oder ökologische Ziele.

Alle vier Modelle lassen sich nochmals in unterschiedliche Klassen einordnen: Altruistisches-, hedonistisches und Gewinnorientiertes Crowdfunding.²⁷ Altruismus steht für Selbstlosigkeit und uneigennütziges Denken: Hedonismus hingegen für Lust und Vergnügen. Die Klassen und Arten sowie deren Einordnung basieren auf verschiedenen Quellen und sind nicht einheitlich geregelt. Daher weisen alle Kategorien untereinander fließende Übergänge auf. Eine klare Abgrenzung gibt es nicht.²⁸ In der folgenden Abbildung soll die Aufteilung der Klassen und Arten nochmal übersichtlich dargestellt werden.

²⁴ Vgl. Dresner [2014], S. 41

²⁵ Vgl. Dresner [2014], S. 40

²⁶ Vgl. Schramm/Carstens [2014], S. 7

²⁷ Blohm et al. [2014]

²⁸ zu finden unter: <http://www.germancrowdfunding.net/wissenschaft/>

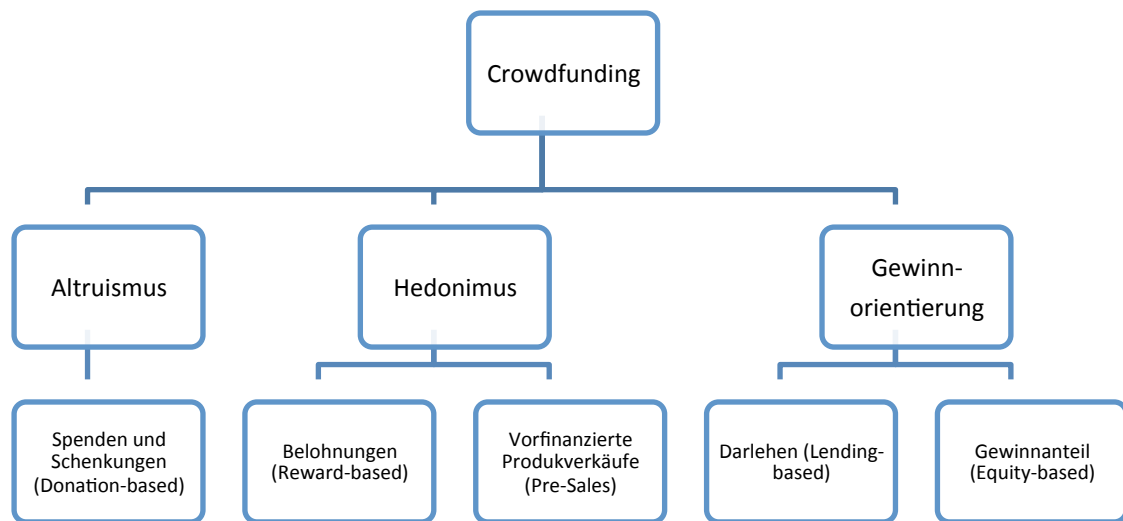
Abb. 2: Die Crowdfunding Arten

Abb. 2: Die Crowdfunding-Arten (Quelle: Eigene Darstellung nach: <http://www.germancrowdfunding.net/2015/03/civic-crowdfunding-wie-crowdfunding-die-stadt-veraendert-und-welche-potenziale-das-neue-finanzierungsinstrumentes-fuer-staedte-und-regionen-hat/>)

2.5 Teilnehmer und Beteiligte

Zu einem Crowdfunding-Projekt gehören immer drei Parteien.²⁹ Die erste Partei sind die Projekt-Initiatoren. Sie haben eine Idee, die sie verwirklichen wollen und benötigen finanzielle Unterstützung. Die zweite Partei ist die Crowd, also jeder, der diesem oder anderen Projekten eine bestimmte Summe spendet. Mitglieder der Crowd können dies aus verschiedenen Beweggründen tun. Sie können das Projekt für nützlich und unterstützungswert halten oder eine moralische oder finanzielle Motivation besitzen. Die dritte und letzte Partei ist die Crowdfunding-Plattform. Sie stellt eine Art Treffpunkt dar, bei dem sich die beiden ersten Parteien finden und austauschen können. Dazu stellt sie die Ressourcen und Erfahrungswerte bereit um diesen Austausch möglich zu machen.

²⁹ Vgl. Schramm/Carstens [2014], S. 6

2.6 Ablauf des Crowdfundings

Aufgrund der verschiedenen Einsatzmöglichkeiten des Crowdfundings und der vielen unterschiedlichen Internetplattformen gibt es keinen typischen oder idealen Weg, wie der Prozess des Crowdfunding abläuft. Einige Plattformen geben Tipps, wie man erfolgreich ein Projekt planen kann und begleiten den potenziellen Nutzer Schritt für Schritt bis zum Start der sogenannten Kampagne. Andere Anbieter werben damit Ihre Kunden auch während der Spendenphase zu beraten und zu begleiten.

Die Autoren Schramm und Carstens beschreiben in ihrem Buch „Startup-Crowdfunding und Crowdinvesting in sechs Schritten“, wie ein Idealtypischer Crowdfunding Prozess ablaufen könnte. Laut den beiden Autoren beginnt der erste Schritt mit der Auswahl einer geeigneten Crowdfunding-Plattform. Das Projekt und dessen Zielsetzung sollten zum Angebot der Plattform passen, um den Erfolgsfaktor zu maximieren. Jede Plattform weist unterschiedliche Voraussetzungen und Zielgruppen auf.³⁰ Viele von ihnen haben sich bereits auf bestimmte Funding-Arten fokussiert und spezialisiert. Deutschlands marktführende Equity-Based Crowdfunding-Plattform „Seedmatch“ konzentriert sich ausschließlich auf Start-Up-Unternehmen.³¹ Kickstarter.com, die größte Crowdfunding-Plattform weltweit, setzt hingegen auf kreative Produkte oder Innovationen aller Art.³² Auch Mindest- und Maximalbetrag des zu spendenden Geldes können eine Rolle spielen. Wird z.B. der Maximalbeitrag der Plattform mit 10.000€ angegeben und die Summe des benötigten Kapitals liegt darüber, wäre eine andere Plattform mit höherem Maximalbetrag geeigneter. Die Auswahl der passenden Plattform hängt also maßgeblich von den Eigenschaften des eigenen Projektes ab, das man finanzieren möchte.

In Schritt zwei wird die Bewerbung bei der ausgewählten Plattform beschrieben. Hierbei sind die Kriterien der vielen Anbieter ebenfalls unterschiedlich. Manche fordern Videos und fertige Businesspläne zu Funding-Projekten, andere wollen nur eine einfache Projektzusammenfassung als Datei übersendet bekommen.

³⁰ Vgl. Schramm/Carstens [2014], S. 24 f.

³¹ zu finden unter: <http://www.germancrowdfunding.net/daten/>

³² Vgl. Schramm/Carstens [2014], S. 8

Schritt drei bedeutet von der Plattform erfolgreich akzeptiert worden zu sein und ggf. mit Vertragsgestaltungen zu beginnen. Die Verträge der Plattformen sind oft standardisiert und unterscheiden sich nur gering von Projekt zu Projekt.

Schritt vier ist Start und Beginn der eigentlichen Finanzierungsphase. Das Projekt wird auf der Plattform vorgestellt und interessierte Unterstützer können anfangen zu spenden.

Schritt fünf beschreibt die komplette Phase, bis zum Erreichen des Finanzierungsziels. Dazu gehören auch alle Maßnahmen, die durchgeführt werden, um möglichst viele Investoren für das Projekt zu begeistern. Diese Maßnahmen können die Beantwortung von Fragen seitens der Investoren sein oder das Erweitern von Aufmerksamkeit über verschiedene Netzwerke.³³ Diese Phase des Fundings kann mehrere Wochen dauern oder wenige Stunden. Im Februar 2012 wurden über die Plattform „Seedmatch“ innerhalb von fünf Stunden 100.000 Euro in ein Start-Up Unternehmen investiert und erfolgreich abgeschlossen.³⁴

Der letzte Schritt ist die Kapitalausschüttung sowie dessen Verwendung zur Projektverwirklichung.³⁵ Hier sollte man besonders darauf achten, die Crowd, und damit die Geldgeber, regelmäßig auf dem Laufenden zu halten. So wird gewährleistet, dass die Geldgeber sich sicher sein können, dass ihr Geld gut angelegt wurde. In manchen Fällen können die Investoren vom Vertrag zurücktreten und den gespendeten Betrag zurückfordern.³⁶

Aufgrund der momentan stattfindenden Marktbereinigung könnten sich die bestehenden Plattformen weiterhin gut entwickeln.³⁷ Wie schon erwähnt, wächst der Markt seit Jahren und Experten schätzen, dass es zu weiteren Steigerungssprüngen kommt. Die Möglichkeit des Crowdfundings bietet jungen Unternehmen und Kreativen ihre Ideen weitestgehend unabhängig umsetzen zu können

³³ Vgl. Schramm/Carstens [2014], S. 155

³⁴ zu finden unter: <http://blog.seedmatch.de>

³⁵ Vgl. Schramm/Carstens [2014], S. 20

³⁶ Vgl. Schramm/Carstens [2014], S. 158

³⁷ Vgl. Ohlendorf [2013], S. 87

und kann auf einen weltweiten Pool an Unterstützern hoffen. Inwiefern sich Crowdfunding für Filmmacher lohnt, wird in Kapitel 5. beschrieben.

3 Das Medium Film

Was bedeutet der Begriff des „Films“ eigentlich? Bevor die Begriffe Low-Budget und Independent eingeordnet werden können, sollte geklärt werden, um was es sich bei diesem Medium handelt. Dazu gibt es einen kleinen Einblick in die Geschichte des Films und wie er entstanden ist. Es folgt eine Erklärung des Wert schöpfungsprozesses um zu verdeutlichen auf welche Weise Ausgaben und Einnahmen zustande kommen. Danach wird sich mit der Frage beschäftigt was Low-Budget und Independent Filme sind und was sie unterscheidet bzw. verbindet.

3.1 Definition Film

Eine klare Definition für den Film ist kaum zu formulieren, da der Begriff in seiner Dimension ein weites Feld umfasst. Es hängt auch davon ab, ob man Film als ein Medium zur Kommunikation versteht oder als einzelnes Produkt.³⁸ Aufgrund der Komplexität des Filmes und des Themas dieser Arbeit, muss man dem Film eine Doppelrolle zuschreiben, die zwischen Kultur- und Wirtschaftsgut schwankt.³⁹ Aufgrund seines Projektcharakters ist jeder Film ein Unikat⁴⁰, dessen Entstehungsprozess und Erfolgsaussichten schwer planbar sind.⁴¹ Hinzu kommen unvorhersehbare Faktoren, die den Prozessablauf verändern können wie z.B. technische Probleme, der Tod eines Darstellers oder schlechte Wetterbedingungen.⁴² Der Autor Norbert Grob beschreibt den Film als eine Kunst die von verschiedenen Eindrücken beeinflusst wird und trotzdem formbar bleibt, um Momente darzustellen:

„Film: Das ist die Möglichkeit, Äußeres in Bewegung zu zeigen, das Äußere, wie es sich selbst bewegt und wie es in Bewegung gebracht wird durch die Kamera. Und es ist die Möglichkeit, Äußeres in ständig wechselnden Blicken, Distanzen, Standorten zu zeigen. Das Äußere erhält

³⁸ Vgl. Faulstich [2005], S. 7

³⁹ Vgl. Rimscha [2012], S. 29

⁴⁰ Vgl. Jacobs [2011], S. 24

⁴¹ Vgl. Rimscha [2012], S. 11

⁴² Vgl. Rimscha [2012], S. 155

dadurch eine konkrete Form im Raum: im Verhältnis von oben und unten, rechts und links, in der Entfernung und in der Tiefe.“

„Film: Das ist die Möglichkeit, konkrete Dinge und Tatsachen in ihrer wirklichen Evidenz zu zeigen, also als Faktum und Prozess zugleich – als Form von Rede und Reden zugleich. Es ist die Möglichkeit, dass das Gegenständliche über seine Bedeutung dominiert, die physische Präsenz über den Sinn, der Signifikant über das Signifikat. Und der Film ist die Notwendigkeit, in der Artikulation seiner selbst erst seine Sprache zu erfinden. Der Film erzählt, indem er zeigt. Er charakterisiert seine Helden durch Handlung, er rhythmisiert das Geschehen durch Schnitte. Doch wie er charakterisiert, wie rhythmisiert, das muss jedes mal neu entschieden werden. Wie im jeweiligen Film dann entschieden wird, dokumentiert die jeweilige Intention Erzählers. Und es ist die Kamera die diese Intention ausführt.“⁴³

Für Grob ist der Film eine Kunst, die durch die Kamera zum Ausdruck gebracht wird. Er bezieht sich dabei auf den Filmtheoretiker Béla Balázs. Die Kamera ist laut Grob die erste Ausdrucksform. Sie zeigt, um was es in einem Film geht. Unterstützt wird sie dabei von der zweiten Ausdrucksform, der Montage.⁴⁴ Mit Montage ist das Zusammenscheiden von gedrehten Szenen gemeint.

Betrachtet man das Medium Film als betriebswirtschaftliche Einheit, könnte man es den Tertiärmedien zuordnen.⁴⁵ Der Publizistikwissenschaftler Harry Pross klassifizierte die verschiedenen Medien in vier Kategorien ein: Primär-, Sekundär-, Tertiär- und Quartiärmedien. Zu den Tertiärmedien gehören Medien, bei der sowohl auf der Produktionsseite als auch auf der Konsumentenseite Technik vonnöten ist.⁴⁶ Um einen Film zu produzieren, bedarf es an technischem Equipment wie Kameras und Computer. Die Konsumenten benötigen ebenfalls einen Computer, einen Fernseher oder einen Filmprojektor, um Filme konsumieren zu können.

⁴³ Grob [2013], S. 14 f.

⁴⁴ Grob [2013], S. 15

⁴⁵ Vgl. Pezoldt/Sattler [2009], S. 2

⁴⁶ Vgl. Pezoldt/Sattler [2009], S. 2

3.2 Die Geschichte des Films: Ein kurzer Einblick

Die Geschichte des Films begann vor ca. 120 Jahren.⁴⁷ Seitdem hat sich nicht nur die Technik, sondern auch die Art und Weise wie er gemacht wird, stetig verändert. Da eine ausführliche Beschreibung der kompletten Filmgeschichte im Rahmen dieser Arbeit zu umfangreich wäre, werden nur die wichtigsten Punkte erwähnt. Die ursprünglichste Form des Films war vermutlich die „Laterna magica“, die 1646 aus der „Camera obscura“ entwickelt wurde.⁴⁸ Dabei handelte es sich um eine Projektionstechnik, mit der transparente Zeichnungen auf Leinwände projiziert werden konnten.⁴⁹

Abb. 3: Funktionsweise einer Laterna magica

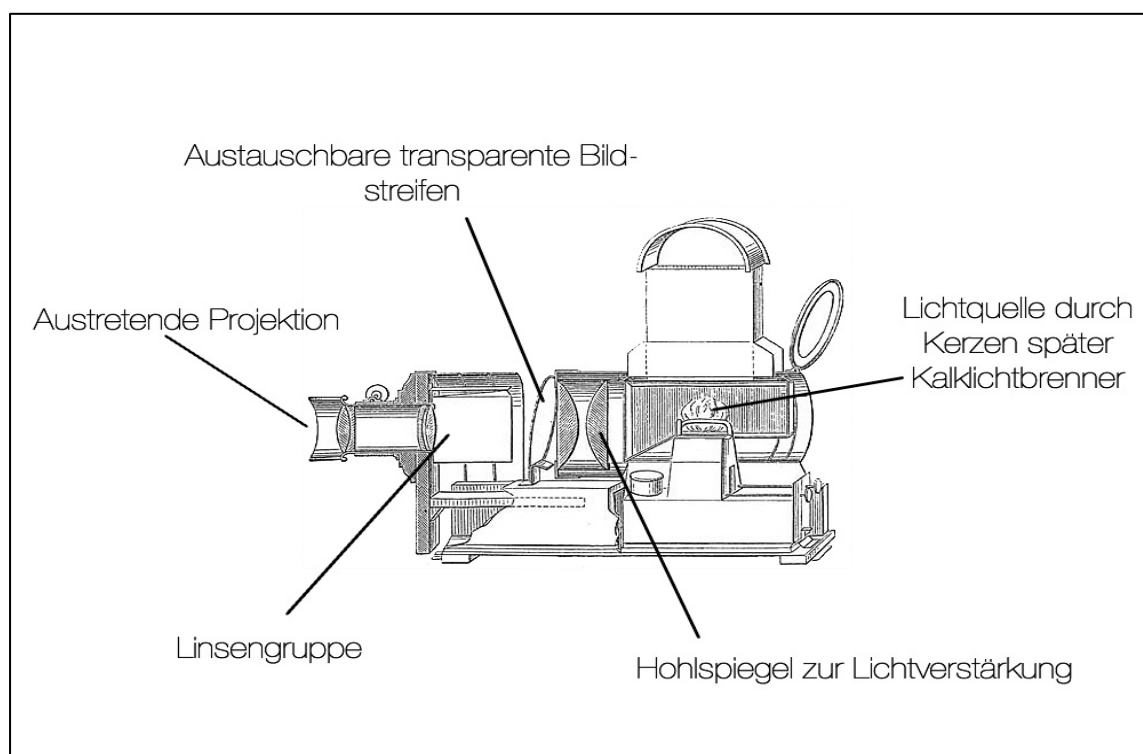


Abb. 3: Funktionsweise einer Laterna magica (Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an: Wikimedia-commons zu finden unter: <http://goo.gl/qlk9D8>)

⁴⁷ Vgl. Nostitz-Wallwitz [2014], S. 1

⁴⁸ Vgl. Krusche [2004], S. 11

⁴⁹ Vgl. Faulstich [2005], S. 15

Die Apparatur funktionierte mithilfe einer Lichtquelle und einer Linse. Das Licht fiel durch das transparente Bild und wurde, durch eine Linse vergrößert, auf eine Wand projiziert. Mit der Entdeckung des „stroboskopischen Effekts“ konnte man schließlich mit einer schnellen Abfolge von gemalten Bildern eine kontinuierliche Bewegung vortäuschen.⁵⁰ Die Laterna magica war lange Zeit das einzige Projektionsmedium und wurde über Jahrzehnte weiterentwickelt.⁵¹ Ab der Hälfte des 19. Jahrhunderts wurde die Fotografie erfunden und ermöglichte es, Bildnisse der realen Welt festzuhalten.⁵² Diese realen Bildnisse ersetzten 1857 die gemalten Bilder in der „Laterna magica“.

Ein ähnliches Prinzip verfolgte Eadweard Muybridge. Er fotografierte 1873 mit 24 Fotokameras eine Serienaufnahme eines galoppierenden Pferdes.⁵³ Die einzelnen Fotos fügte er anschließend zusammen und ergaben nun eine flüssige Bewegung. Thomas Alva Edison schließlich war es, der die erste Bewegbildkamera erfand, die mit beidseitig perforiertem Zelluloidfilm funktionierte.⁵⁴ Der Zelluloidfilm wurde als biegbarer Endlosfilmstreifen konzipiert.⁵⁵ Später baute Edison den „Kinetoskop“, einen Projektor, der das belichtete Zelluloidmaterial auf eine Leinwand projizieren konnte.⁵⁶ Man nimmt an, dass 1893 das weltweit erste Filmstudio namens „Black Maria“ von Edison gegründet wurde.⁵⁷ Er soll das Gebäude für Experimente mit dem Kinoskop benutzt haben.

Ab 1895 gab es die ersten Filmvorführungen für das öffentliche Publikum.⁵⁸ Die Gebrüder Auguste und Louis Lumière aus Frankreich warben mit dem Kinetograph um die Gunst der Zuschauer.⁵⁹ Die Filme waren extrem kurz und zeigten hauptsächlich Alltagssituationen, wie z.B. einen Zug der in einen Bahn-

⁵⁰ Vgl. Faulstich [2005], S. 15f.

⁵¹ Vgl. Faulstich [2005], S. 15

⁵² Vgl. Faulstich [2005], S. 16

⁵³ Vgl. Monaco (2009), S. 641

⁵⁴ Vgl. Faulstich [2005], S. 16

⁵⁵ Vgl. Faulstich [2005], S. 16

⁵⁶ Vgl. Gulko [2011], S. 2

⁵⁷ Vgl. Tibbetts [1985], S. 13

⁵⁸ Vgl. Nostitz-Wallwitz [2014], S. 1

⁵⁹ Vgl. Faulstich [2005], S. 19

hof einführt.⁶⁰ Dazu waren die Filme ungeschnitten, ohne Kamerabewegung und Ton.⁶¹ In vielen Teilen der Welt entwickelten sich parallel unterschiedliche Apparate zur Aufnahme und Wiedergabe von Filmen.⁶² In Polen, USA, England, Russland und auch in Deutschland wurden eine Vielzahl an Apparaten wie dem „Bioskop“ von den Gebrüdern Skladanowsky vorgestellt.⁶³ 1896 entstand in Berlin schließlich das erste Lichtspieltheater.⁶⁴

Mit Anfang des 20. Jahrhunderts entwickelten sich immer mehr feste Kinosäle. Zunehmend wandelte sich das wandernde Ladenkino zum feststehenden Vorführraum.⁶⁵ Statt Erzählern, die den Film vor Publikum kommentierten, wurde immer mehr mit Zwischentiteln gearbeitet, die Raum für individuelle Interpretationen zuließen.⁶⁶ Der Kurzfilm wurde bald vom Langfilm ersetzt, der bald immer mehr Spielzeit einforderte.⁶⁷ Die Herstellung von Bewegbildmaterial wurde immer professioneller und so entstanden zwischen 1904 und 1910 die ersten Produktionsgesellschaften.⁶⁸ Viele von ihnen wurden in Kalifornien gegründet, als die Filmemacher erkannten, dass gutes Wetter und große weite Flächen ideal waren, um Filme zu produzieren.⁶⁹ Daraus bildeten sich die großen Studiosysteme aus Hollywood in Los Angeles, die aufgrund der billigen Grundstücke, kostengünstig produzieren konnten und bald die führende Rolle in der Filmbranche übernehmen sollten.⁷⁰ Währenddessen experimentierten viele Filmemacher mit der Art und Weise Filme zu drehen. Man arbeitete wiederholt mit denselben Schauspielern, um den Identifikationsfaktor zu erhöhen und baute dramaturgische Erzählmuster in die Filme ein.⁷¹ Es entwickelten sich der Roh-

⁶⁰ Vgl. Faulstich [2005], S. 19

⁶¹ Vgl. Gulko [2011], S. 3

⁶² Vgl. Gulko [2011], S. 3

⁶³ Vgl. Faulstich [2005], S. 19

⁶⁴ Vgl. Faulstich [2005], S. 25

⁶⁵ Vgl. Faulstich [2005], S. 31

⁶⁶ Vgl. Krusche [2004], S. 12

⁶⁷ Vgl. Krusche [2004], S. 12

⁶⁸ Vgl. Faulstich [2005], S. 22

⁶⁹ Vgl. Gulko [2011], S. 3

⁷⁰ Vgl. Faulstich [2005], S. 35

⁷¹ Vgl. Faulstich [2005], S. 32

schnitt und erste Kamerafahrten zu vollständigen Szenen.⁷² Mit Filmtricks und Montagen wurden surreale Filme gedreht, die abstrakten Welten zeigten.⁷³ Ab 1914 gab es dann bereits 60.000 Kinos, davon 2.900 allein in Deutschland.⁷⁴ Es entwickelte sich das Genre-Kino und brachte in den USA die Westernfilme, in Frankreich die Komödien, in Italien die Monumentalfilme und in Deutschland das Melodram hervor.⁷⁵

1917 wurde in Deutschland die UFA (Universum Film AG) gegründet und war damit der Beginn der deutschen Filmindustrie.⁷⁶ Mit der Einführung des Tonfilms von Warner Bros., wurde 1926 der Stummfilm abgelöst und die Firma vor dem Bankrott gerettet.⁷⁷ Zuvor war es nur möglich gewesen mit Live-Musik im Kinosaal und Texteinblendungen zu arbeiten.⁷⁸ Durch die neue Technik konnten die Zuschauer nun auch die Stimmen der Schauspieler im Film hören. Der internationale Filmmarkt schien zunächst auseinanderzufallen, da die Kinos technisch nicht mit der Nachrüstung auf den Tonfilm hinterherkamen.⁷⁹ Auch die jetzt erforderliche Synchronisation der Schauspieler erwies sich als Hindernis.⁸⁰ Die Stimmen mussten in unterschiedlichen Sprachen übersetzt und neu eingespielt werden. Länder die nicht im englischsprachigen Raum lagen, hatten Schwierigkeiten ihre Filme im Ausland zu verkaufen.⁸¹ Es dauerte bis 1933, bis der Tonfilm den Stummfilm komplett abgelöst hatte.⁸²

Mit der Machtübernahme der NSDAP 1933 wurde die deutsche Filmindustrie immer weiter verstaatlicht und kontrolliert.⁸³ Es kam zu ersten Berufsverboten von ausländischen Schauspielern und Filmemachern während Antikriegsfilme

⁷² Vgl. Gulko [2011], S. 3

⁷³ Vgl. Krusche [2004], S. 13

⁷⁴ Vgl. Faulstich [2005], S. 32

⁷⁵ Vgl. Faulstich [2005], S. 51

⁷⁶ Vgl. Faulstich [2005], S. 42

⁷⁷ Vgl. Bergan [2012], S. 20

⁷⁸ Vgl. Faulstich [2005], S. 54

⁷⁹ Vgl. Faulstich [2005], S. 55

⁸⁰ Vgl. Faulstich [2005], S. 55

⁸¹ Vgl. Kausche [2004], S. 14

⁸² Vgl. Faulstich [2005], S. 55

⁸³ Vgl. Faulstich [2005], S. 89

wie „Im Westen nichts Neues“ vermieden wurden.⁸⁴ 1939 setzte sich mit dem Film „Vom Winde verweht“ der Farbfilm und das Technicolor-Verfahren durch.⁸⁵ Mit der Einführung des Gesetzes: „Vorführung ausländischer Filme“ hatte das NS-Propagandaministerium die alleinige Entscheidungsbefugnis darüber, welche Filme gezeigt werden durften und welche nicht. Gezeigt und finanziert wurden nur noch Filme die der Ideologie der Nationalsozialisten entsprachen, darunter Propagandafilme und Filme mit antisemitischen oder faschistischen Botschaften. Doch auch andere Genres wurden gezeigt. Bei insgesamt 1.094 produzierten Filmen im dritten Reich waren es 48% Komödien und 27% Melodramen.⁸⁶

Nach dem Ende des Krieges wurden in Deutschland vermehrt Heimatfilme, Schlagerfilme und anti-Kriegsfilme gedreht.⁸⁷ Es sollte wieder Normalität in die Filmbranche zurückgebracht werden.

Anfang der 50er Jahre wurde dann die FSK (Freiwillige Selbstkontrolle) ins Leben gerufen. Die Institution sollte als Kontrollgremium fungieren und die Militärzensur der alliierten Streitkräfte ablösen.⁸⁸ In der sowjetischen Besatzungszone Deutschlands wurde die DEFA (Deutsche Film AG) gegründet und übernahm die alten UFA Studios. Anfang der 60er Jahre kam es weltweit zu einer ersten großen Kinokrise, der rasch schwindende Zuschauerzahlen und einbrechende Märkte vorausgingen.⁸⁹ Das neue Medium „Fernsehen“ sorgte für einen Rückgang von 75% der Besucherzahlen in westdeutschen Kinos.⁹⁰ Daraufhin entstanden viele Serien- und Genre Filme ohne politischen oder ästhetischen Anspruch.⁹¹ Die Produktionen wurden billiger und weiter standardisiert, da sich viele Kino-Genres besser vom Fernsehmarkt verkaufen ließen.

⁸⁴ Vgl. Faulstich [2005], S. 90

⁸⁵ Vgl. Kausche [2004], S. 15

⁸⁶ Vgl. Faulstich [2005], S. 94

⁸⁷ Vgl. Faulstich [2005], S. 137

⁸⁸ Zu finden unter: <http://www.fsk.de/?seitid=16&tid=473>

⁸⁹ Vgl. Faulstich [2005], S. 171

⁹⁰ Vgl. Faulstich [2005], S. 171

⁹¹ Vgl. Faulstich [2005], S. 176

Mit dem Oberhausener Manifest wurde 1962 der neue deutsche Film ausgerufen.⁹² Die 26 jungen deutschen Filmemacher, bestehend aus Kameralenten und Produzenten, wollten alles anders machen und den alten Filmstil boykottieren.⁹³ Sie wollten die Perfektion einer aufgebauten Erzählung durch eigene persönliche Fantasien und Erfahrungen ersetzen.⁹⁴ Mit diesen sogenannten deutschen Autorenfilmen sollten auch der Anspruch und die Ästhetik in den deutschen Film zurückkehren. Zwischen den 60er und 70er Jahren fand auch in Italien, Frankreich und den USA eine Erneuerung der Filmkultur statt, die aus der Dominanz der Fernsehserien gründete.⁹⁵

Die Zeit danach war geprägt von neuen Filmgenres, wie dem Frauenfilm oder dem Vietnamfilm. Auch kam es zum Genremix und zu Subgenres, wie z.B. die Filmreihe „Star Wars“, die aus einer Mischung zwischen Science Fiction, Western, Kriegsfilm und Liebesfilm besteht.⁹⁶

Ab 1990 folgte die digitale Revolution im Film. Nun gab es mittels computergestützter Technik neue Möglichkeiten, einen Film zu gestalten und komplett zu beeinflussen.⁹⁷ Diese neue Bearbeitungsform eröffnete Filmemachern die Möglichkeit, den Zuschauer auf einer gänzlich neuen Ebene anzusprechen.⁹⁸ Gleichzeitig initiierten der Regisseur Lars von Trier mit Thomas Vinterberg und anderen Filmemachern das Dogma 95 als Gegenbewegung zur Digitalisierung der Filmbranche.⁹⁹ Mithilfe von zehn festgelegten Regeln sollte das sogenannte „Direct Cinema“ eine Anleitung für Filmemacher sein, die gänzlich auf die Methoden der großen Filmkonzerne verzichten wollten.¹⁰⁰ Ein paar dieser Regeln lauten: nur mit Handkamera zu drehen, kein künstliches Licht zu setzen, keine Filmmusik einzuspielen, nur an Originalschauplätzen zu drehen und keine Ac-

⁹² Vgl. Faulstich [2005], S. 176

⁹³ Vgl. Grob [2013], S. 326

⁹⁴ Vgl. Grob [2005], S. 326

⁹⁵ Vgl. Faulstich [2005], S. 220

⁹⁶ Vgl. Faulstich [2005], S. 282

⁹⁷ Vgl. Faulstich [2005], S. 285

⁹⁸ Vgl. Faulstich [2005], S. 295

⁹⁹ Vgl. Christen/Blanchet [2008], S. 487

¹⁰⁰ Vgl. Faulstich [2005], S. 305

tion in Form von Mord und Waffen zu benutzen.¹⁰¹ Sieben Jahre später wurde das Dogma-Experiment eingestellt.¹⁰²

3.3 Produktionsphasen eines Films

Bis ein Film fertig ist, muss er mehrere Produktionsphasen durchlaufen. Bei so einem Wertschöpfungsprozess entsteht Schritt für Schritt ein neues Produkt. Wertschöpfungsprozesse dienen dazu, mit jeder weiteren Stufe einen Wertewachstum des Produktes zu erzielen.¹⁰³ Für die Herstellung eines Medienproduktes werden sieben Stufen benötigt (Gläser 2008, S. 395ff):

Initiierung: Ein Unternehmen oder eine Person entscheidet sich, ein Projekt zu starten und den Inhaltsherstellungsprozess zu beginnen. D.h. der Produzent oder Regisseur entscheidet sich z.B. dafür, einen Film über ein bestimmtes Thema zu drehen.

Beschaffung: Rechte, Lizenzen und die Recherche nach Inhalten sind Hauptbestandteil dieser Stufe. Das Gegenchecken von Themen verhindert inhaltliche Fehler und kann neue Aspekte zu Vorschein bringen.¹⁰⁴ Ohne Genehmigungen und Einwilligungen von Personen und Firmen könnte es sein, dass man deren Materialien, Inhalte und Namen nicht verwenden darf.

Herstellung: Im dritten Schritt werden nun neue, eigene Inhalte produziert. Dabei ist es egal, ob man die Inhalte selber erstellt oder sie durch externe Partner entstehen.

Packaging: Die im letzten Schritt entstandenen Inhalte werden nun zu einem vermarktungsfähigen Paket zusammengefasst. So wird gewährleistet, dass das Produkt zielgruppenorientiert verkauft werden kann.

¹⁰¹ Vgl. Christen/Blanchet [2008], S. 493

¹⁰² Vgl. Christen/Blanchet [2008], S. 479

¹⁰³ Vgl. Pezoldt/Sattler [2009], S. 9

¹⁰⁴ Vgl. Schult [2000], S.240f.

Vervielfältigung: Um das Produkt transportfähig zu machen, wird es auf physische Trägermedien kopiert. Im Allgemeinen können das Zeitungspapier oder CDs sein. Im Filmbereich greift man auf Filmkopien, DVDs und Blu-Rays zurück. Dabei sind die Vervielfältigungskosten, im Gegensatz zu den einmaligen Produktionskosten, den sogenannten „First-Copy-Cost“, sehr gering.

Distribution: Der Verkauf der Trägermedien oder die Verbreitung des Produktes bezieht sich auf den Vertrieb oder den Handel. Während die Filmkopien an die Kinobetreiber geschickt werden, werden VHSs, DVDs, Blu-Rays und Digitaler Content an den Endkunden verkauft (Siehe auch Kapitel 3.4). Dass es sich hierbei um einen ökonomisch wichtigen Schritt handelt, zeigt die folgende Wertetabelle an.

Abb. 4: Entwicklung der Umsatzerlöse nach materiellen Trägermedien zwischen 2000 und 2014 in Mio. €

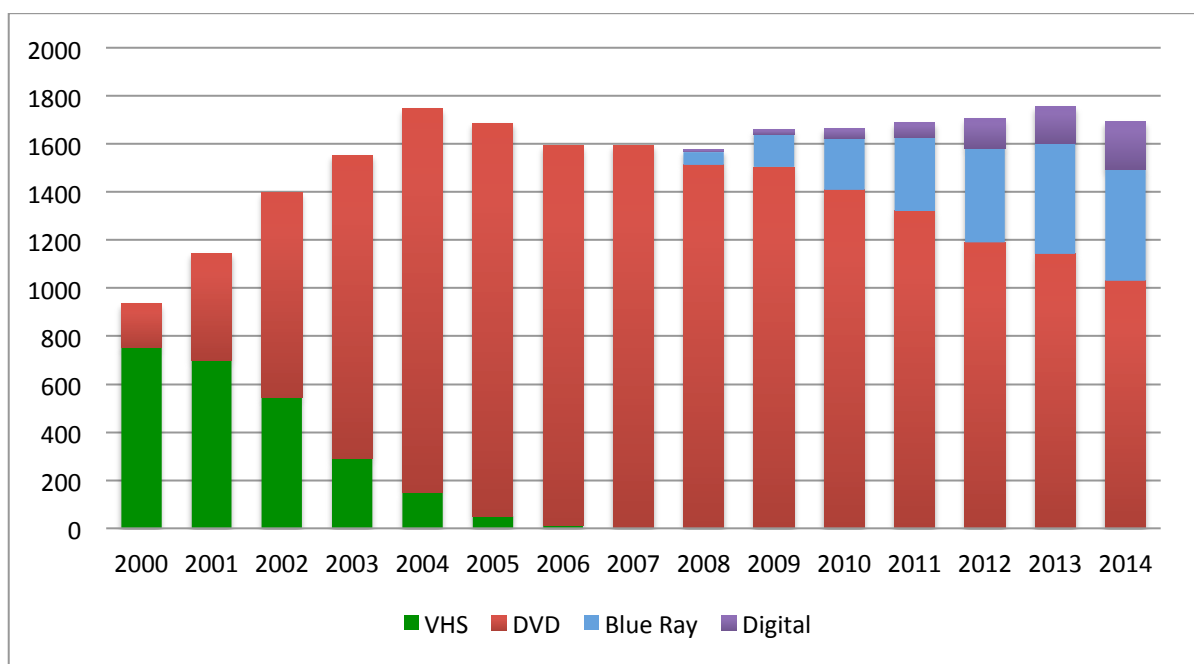


Abb. 4: Home Video Markt nach Formaten. (Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an <http://www.ffa.de/downloads/publikationen/Videomarkt2014.pdf>, S.17)

Die Umsätze befinden sich auf einem konstant hohen Niveau und liegen über dem des Kinomarktes.¹⁰⁵ Die Bedeutung von Blu-Ray und digitalen Inhalten nehmen weiter zu, während der noch immer dominierende DVD-Handel langsam abnimmt. Die Verkaufszahlen der VHSs sind seit 2006 nicht mehr erfassbar.

Nutzung: Als letzter Schritt gilt die Konsumierung des Produktes. Dabei kann die Nutzung des Trägermediums von jedem Rezipienten unterschiedlich und individuell verlaufen. Rezipienten sind alle Endkunden die ein Produkt konsumieren.¹⁰⁶

Da diese Beschreibung des Wertschöpfungsprozesses sehr allgemein auf Mediengüter ausgerichtet war, folgt nun eine konkretere Beschreibung des Prozessablaufes eines Films. Hierbei werden die sieben Stufen auf vier komprimiert. Dazu zählen die Stoffentwicklung, Vorbereitungsplanungen für Dreharbeiten, die Dreharbeiten von Anfang bis zum Schluss und die Post-Produktion.¹⁰⁷

Während der Entwicklungsphase von Projektideen entstehen Drehbücher. Als Vorlage dafür können eigene Ideen oder literarische Werke dienen.¹⁰⁸ Ein Filmproduzent kann sogenannte Stoffrechte erwerben oder selber vergeben, um damit einen Autor zu beauftragen ein solches Drehbuch zu schreiben.¹⁰⁹ Drehbücher sind geschriebene Vorlagen zu Filmen. In Drehbüchern werden alle Einstellungen eines Films aufgeschrieben und mit Dialog-Text zusammengefügt. Des Weiteren wird es durch bildgestalterische, organisatorische und allgemein umfassende Information ergänzt.¹¹⁰

In den Vorbereitungsplanungen zu Dreharbeiten werden die Filmcrew und Darsteller eingestellt. Es wird ein Finanzierungsplan kalkuliert und Partner akqui-

¹⁰⁵ zu finden unter: <http://www.ffa.de/downloads/publikationen/Videomarkt2014.pdf>, S. 16

¹⁰⁶ Vgl. Pezoldt/Sattler [2008], S. 19

¹⁰⁷ Vgl. Nostitz-Wallwitz [2014], S. 4

¹⁰⁸ Vgl. Nostitz-Wallwitz [2014], S. 4

¹⁰⁹ Vgl. UrhG, §88 Abs. 1.

¹¹⁰ Vgl. Schult [2000], S. 257

riert, um das benötigte Budget finanzieren zu können.¹¹¹ Es wird ein Storyboard gezeichnet, das aus Skizzen und Zeichnungen besteht, um die Bildvorstellungen des Kameramanns darzustellen. Mit der Erstellung eines Produktionsplans werden Drehzeiten, Orte und Motive für einen geordneten Drehablauf festgehalten.¹¹² Diese Phase kann ca. vier Monate dauern.¹¹³

Ist die Vorproduktion abgeschlossen, wird mit den Dreharbeiten begonnen. Während der Dreharbeiten wird Filmmaterial gesammelt und jede Szene nach dem Drehbuch abgedreht.¹¹⁴

Während der vierten und letzten Phase wird das gesammelte Material zum fertigen Film zusammengeschnitten. Dazu gehört, den Film mit einer Ton- und Musikspur zu ergänzen, Spezialeffekte einzufügen und eine Farbkorrektur zu machen.¹¹⁵

3.4 Erlöse aus Filmen

Nach den vier Produktionsphasen folgt die Filmverwertung.¹¹⁶ Hierbei werden die Verwertungsrechte des Films an einen Filmverleiher verkauft. Diese Unternehmen sind darauf spezialisiert, sich um die Distribution, also den Verkauf von Filmen zu kümmern. Zu den drei primären Distributionsstufen gehören das Kino, der DVD- und Blu-Ray Verkauf, sowie der Free- Pay-TV Markt.¹¹⁷ Video On Demand und Internetstreaming sind weitere Märkte, die immer mehr an Bedeutung gewinnen. Zusätzliche Verwertungsrechte sind die Filmmusik, Bilder und Merchandising.¹¹⁸

¹¹¹ Vgl. Jacobs [2011], S. 28

¹¹² Vgl. Schult [2000], S. 257

¹¹³ Vgl. Nostitz-Wallwitz [2014], S. 5

¹¹⁴ Vgl. Jacobs [2011], S. 28

¹¹⁵ Vgl. Waider [2013], S. 13

¹¹⁶ Vgl. Jacobs [2011], S. 28

¹¹⁷ Vgl. Werner/Burghardt [2006], Seite 88

¹¹⁸ Vgl. Nostitz-Wallwitz [2014], S. 7

Hat der Filmverleiher die Filmrechte an die Kinobetreiber verkauft, kann der Film ausgestrahlt werden und erste Einnahmen erwirtschaftet werden.¹¹⁹ Die Erlöse des Verkaufs der Kinokarten werden an die Filmverwertungsfirma ausgezahlt. Die Kinobetreiber und die Distributionsfirma erhalten einen Prozentualen Anteil am Gewinn.¹²⁰ Wurden alle anfallenden Kosten aus den Kinoeinnahmen gedeckt, fließt die Restsumme als Reingewinn an den Produzenten zurück.¹²¹ War der Film an den Kinokassen nicht erfolgreich genug, können Kosten nicht gedeckt werden und müssen als Verlust von der Produktion oder der Vertriebsfirma getragen werden.¹²²

Nach der Verwertungsstufe Kino können Filme auf dem Heimvideomarkt veröffentlicht werden. Die Zeitspanne dazwischen nennt man Kinosperrfrist. Sie sichert der Kinoauswertung einen exklusiven Zeitrahmen zu, bevor der Film an die anderen Verwertungsstufen weitergegeben werden darf.¹²³ Erschien ein Film nicht im Kino dann gilt das als eine Direct to DVD Produktion.¹²⁴ Im Jahr 2014 lag der Umsatz auf dem Heimvideomarkt bei 1,370 Millionen Euro und liegt damit höher als der Kinoumsatz von 981 Millionen Euro¹²⁵

Auf die Kino- und Heimvideoauswertung folgen die Verkaufsrechte des Filmes an die Fernsehsender, diese dürfen anschließend den Film nach Belieben ausstrahlen.¹²⁶

Doch die meisten Filme können sich meistens nicht refinanzieren bzw. sind nicht in der Lage, Gewinn zu erwirtschaften, daher handelt es sich bei einem Film auch um ein Risikogut.¹²⁷ Die Einnahmen aus der Filmverwertung sinken mit denen der Zuschauerzahlen, was es schwierig macht, die steigenden Kos-

¹¹⁹ Vgl. Jacobshagen [2012], S. 256

¹²⁰ Vgl. Nostitz-Wallwitz [2014], S. 8

¹²¹ Vgl. Jacobshagen [2012], S. 276

¹²² Vgl. Nostitz-Wallwitz [2014], S. 8

¹²³ Vgl. Kumb [2014], S. 90

¹²⁴ Vgl. Nostitz-Wallwitz [2014], S. 9

¹²⁵ zu finden unter: <http://www.ffa.de/downloads/publikationen/Videomarkt2014.pdf>, S. 16

¹²⁶ Vgl. Nostitz-Wallwitz [2014], S. 9

¹²⁷ Vgl. Waider [2013], S. 1

ten einer Filmproduktion zu decken.¹²⁸ Ein Low-Budget-Film, der mit 750.000€ Herstellungskosten produziert wurde, müsste ca. 500.000 Zuschauer in die Kinos locken, damit die Kosten gedeckt wären.¹²⁹

3.5 Finanzierungswesen des deutschen Films

Das Wirtschaftsgut Film wird üblicherweise über ein bis zu fünf Jahre finanziert und gilt somit als mittelfristige Finanzierung.¹³⁰ Üblicherweise benötigt der Produzent Einlagen in Form von EK (Eigenkapital) und FK (Fremdkapital), um einen Film produzieren zu können.¹³¹ Dabei besteht das EK aus eigenen Geldern oder Sachmitteln einer Person oder eines Unternehmens. Daraus ergibt sich, dass mit der Höhe des EK an einem Film sich auch das Risiko für die jeweilige Person erhöht. Aus diesem Grund bestehen viele Produktionen aus mehreren Koproduktionen.¹³² Koproduktionen oder Koproduzenten können sich gegenseitig unterstützen, denn sie tragen sowohl das Risiko als auch die wirtschaftliche und künstlerische Verantwortung. Sie arbeiten nicht aktiv am Film mit, sondern unterstützen ihn nur finanziell oder steuern Sachmittel bei.¹³³ Als Ausgleich erwerben sie das Recht, an der gemeinsamen Aus- und Verwertung der Filmrechte und somit dem Gewinn.¹³⁴ Neben dieser Form der Dienstleistungsproduktion existieren auch diverse Mischformen.¹³⁵ Dabei verschieben sich die Rechte und Aufgaben der Produktionspartner, je nachdem, welches Abkommen getroffen wurde. Mittlerweile dominieren die deutschen TV-Sender in der Liste der häufigsten Kooperationspartner.¹³⁶ Für Low-Budget Filme wird es allerdings immer schwieriger, sich zu platzieren, da sowohl die privaten, als auch die öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten sich oft nach den Einschaltquoten orientieren.¹³⁷

¹²⁸ Vgl. Waider [2013], S. 84

¹²⁹ Vgl. Zwirner [2012], S. 150

¹³⁰ Vgl. Seikowsky [2011], S. 16

¹³¹ Vgl. Seikowsky [2011], S. 16

¹³² Vgl. Jacobs [2011], S. 126

¹³³ Vgl. Seikowsky [2011], S. 20

¹³⁴ Vgl. UrhG, §94

¹³⁵ Vgl. Jacobs [2011], S. 78

¹³⁶ Vgl. Seikowsky [2011], S. 19

¹³⁷ Vgl. Kurz/ van Messel/ Koll [2006], S. 163

Zwar gibt es Angebote die sich auf Nischenfilme, zu denen auch Independentfilme gehören, spezialisiert haben, doch ein Großteil der Produzenten muss sich den Anforderungen und Bedürfnissen der Sender anpassen.¹³⁸

Neben den Koproduktionen gibt es auch Geldbeschaffungsmaßnahmen, wie Selbstfinanzierung und Investoren in Form von Beteiligungsfinanzierung. Alle Varianten haben Vor- und Nachteile. Auf die Filmförderung wird in Kapitel 4 ausführlicher eingegangen. Wer eine Selbstfinanzierung anstrebt, muss beachten, dass aufgrund der speziellen Verwertungskette eines Films, erst nach Jahren mit Erlösen gerechnet werden kann. In der Praxis werden viele Vertriebsverträge für fünf Jahre oder länger abgeschlossen.¹³⁹ Das verfügbare Finanzierungsvolumen ist ebenfalls auf die eigenen Mittel begrenzt.¹⁴⁰ Werden Investoren in Betracht gezogen, müssen diese gefunden und überzeugt werden, in das Projekt zu investieren.¹⁴¹ Durch einen solchen Filmfond mit Beteiligungsfinanzierung können die Investoren ihre Einlagen als Verluste abschreiben.¹⁴² Mit solch einem Investment werden auch Vereinbarungen oder Verträge abgeschlossen, die dem Investor Sicherheiten geben.¹⁴³ Zu solchen Sicherheiten gehört oftmals, dass der Investor Anteile aus den Gewinnen des Filmes erhält. Falls der Investor Geld verlangt, selbst wenn der Film keine Gewinne macht¹⁴⁴, könnte das den Filmemacher in finanzielle Schwierigkeiten bringen. Mit einer Änderung des Einkommenssteuergesetz 1999 nahm diese Art der Finanzierung in Deutschland aber immer weiter ab.¹⁴⁵ Auch weil die meisten Produktionen in Deutschland wenig Eigenkapital besitzen, sind sie aufgrund der mangelnden Sicherheiten für Investoren und Banken uninteressant.¹⁴⁶

¹³⁸ Vgl. Kurz/ van Messel/ Koll [2006], S. 163

¹³⁹ Vgl. Jacobs [2011], S. 35

¹⁴⁰ Vgl. Cable [2009], S. 12

¹⁴¹ Vgl. Cable [2009], S. 18

¹⁴² Vgl. Seikowsky [2011], S. 20

¹⁴³ Vgl. Battista [2013], S. 115

¹⁴⁴ Vgl. Lindenmuth [2013], S. 68

¹⁴⁵ Vgl. Seikowsky [2011], S. 20f.

¹⁴⁶ Vgl. Ohlendorf [2013], S. 10

3.6 Filme im Low-Budget Bereich

Was sind Low-Budget und Independent Produktionen und inwiefern unterscheiden sie sich voneinander? Um zu zeigen, warum Crowdfunding für diese Branche interessant ist, sollte auch die Entstehung der beiden Begriffe kurz beleuchtet werden.

Neben typischen Film-Genres wie Western, Animationsfilm oder Horrorfilm, lässt sich der Film auch nach Spiellänge, wie Kurzfilm oder Langfilm, kategorisieren. Auch andere Stilrichtungen, wie Autorenfilme oder Dokumentarfilme, sind möglich, unter anderem auch Einordnung nach dem Budget.¹⁴⁷ Dazu gehören Low- Medium- und High-Budget-Filme. Zu den Low-Budget Filmen können Filme mit niedrigen Herstellungskosten und einem Produktionsetat von 30.000€ bis knapp unter 1,5 oder 3 Millionen Euro gehören.¹⁴⁸ Doch die Kategorisierung nach Herstellungskosten kann unterschiedlich ausgelegt werden. Wenn in Deutschland Filme ab 20 Millionen Euro als High-Budget Film angesehen werden, wird in Amerika erst ab 75 Millionen US-Dollar von High-Budget gesprochen.¹⁴⁹ Das europäische MEDIA-Programm teilt Filme mit einem Etat bis zu 1,5 Millionen Euro dem Low-Budget Bereich zu, während andere erst bei 3 Millionen Euro die Grenze ziehen.¹⁵⁰ Man spricht auch von einem sogenannten „B-Movie“, der sich im Gegensatz zum „A-Movie“ durch niedrige Produktionskosten und kürzere Produktionszeiten definiert.¹⁵¹ Man arbeitet hauptsächlich mit unbekannten Schauspielern oder Regisseuren und setzt auf weniger aufwendige Spezialeffekte.¹⁵² Um Kosten zu sparen, besetzen die Filmemacher manchmal mehrere Positionen, d.h. der Regisseur ist z.B. gleichzeitig Kameramann. Die Drehorte sind Originalschauplätze und werden nicht im Studio gebaut. Der Drehort ist fix und Ortswechsel werden vermieden.¹⁵³ Man kann dabei gewisse Parallelen zum Dogma 95 erkennen. Durch die unterschiedlichen Kategorisie-

¹⁴⁷ Vgl. Iljine/Keil [1997], S.140f.

¹⁴⁸ Vgl. Kurz/ van Messel/ Koll [2006], S. 12

¹⁴⁹ Vgl. Bomnüter/Scheller [2014], S. 20

¹⁵⁰ Vgl. Kurz/ van Messel/ Koll [2006], S. 12

¹⁵¹ Vgl. Kurz/ van Messel/ Koll [2006], S. 215

¹⁵² Vgl. Iljine/Keil [1997], S. 119

¹⁵³ Vgl. Battista [2013], S. 43

rungen des Budgetlevels lässt sich nicht immer genau sagen, in welchen Rahmen eine Produktion als Low-Budget bezeichnet werden kann.

3.7 Der Independent Film

Eine Definition des Independentkinos ist schwer möglich, da es einem relationalen Konzept folgt.¹⁵⁴ Übersetzt bedeutet es „Unabhängigkeit“ und wird im weitesten Sinne dazu benutzt, um Filmemacher zu beschreiben, die auf die Hilfe der Konzernstudios verzichten wollen.¹⁵⁵ Was Independent Filmemacher auszeichnet, ist der Wunsch, ihren Film nach ihren Vorstellungen zu produzieren und zu vermarkten.¹⁵⁶ Dabei ist diese Unabhängigkeit an keinerlei Richtlinien gebunden und kann frei interpretiert werden.¹⁵⁷

Der Autor Paul Battista ordnet Independentfilme nach der Art wie sie finanziert werden, nach der Art wie sie Vermarktet werden und nach den Menschen, die an diesem Film arbeiten ein.¹⁵⁸ Denn in Amerika gilt ein Film schon dann nicht mehr als Independent Film, sobald er im „Hollywood Creative Directory“ verzeichnet wurde. Diese Liste enthält 13.000 eingetragene Film-Produktionsfirmen. Sobald eine Produktion in dieser Liste enthalten ist oder jemand für eine dieser Produktionen arbeitet, gehört er den Hollywoodproduktionen an und gilt nicht mehr als unabhängig.¹⁵⁹ Zu den großen Hollywoodproduktionen zählen die sechs Hollywood-Majors mit ihren Filmstudios und Film-Verleihen.¹⁶⁰ Disney, Warner, Universal, Columbia Tristar, Paramount und 20th Century Fox gelten als Großkonzerne und dominieren den weltweiten Filmmarkt.¹⁶¹

¹⁵⁴ Vgl. Christen/ Blanchet [2008], S. 462

¹⁵⁵ Vgl. Christen/Blanchet [2008], S. 462

¹⁵⁶ Vgl. Battista [2013], S.35

¹⁵⁷ Vgl. Christen/Blanchet [2008], S. 462

¹⁵⁸ Vgl. Battista [2013], S. 34

¹⁵⁹ Vgl. Battista [2013], S.35

¹⁶⁰ Vgl. Rimscha [2012], S. 76f.

¹⁶¹ Vgl. Rimscha [2012], S. 76f.

Der Independent Film begann womöglich 1915 mit dem Film „Birth of A Nation“. Keiner der etablierten Filmstudios wollte sich an dem Film beteiligen. Aus diesem Grund musste der Produzent D.W. Griffith Investoren überzeugen, ihn mit dem nötigen Budget auszustatten.¹⁶² Der Film wurde zum Klassiker der amerikanischen Filmgeschichte, trotz seiner fragwürdigen Ideologie, die den Ku-Klux-Clan als Ordnungsretter darstellt.¹⁶³ Als Meilenstein im amerikanischen Independent Film gilt das Werk „little Fugitive“ von 1953. Für diesen Dreh wurden nur billige Filmkameras benutzt. Während man ausschließlich Leihen Darsteller als Schauspieler einsetzte, war die Stadt New York der einzige verwendete Drehort.¹⁶⁴ Der Film wurde bei internationalen Filmfestivals gezeigt, gewann die Filmfestspiele in Venedig und wurde für den Oscar für das beste Original Drehbuch nominiert.¹⁶⁵ Finanziell konnte der Film ebenfalls große Erfolge verbuchen, da er mit einem Produktionsbudget von 30.000\$ auskam.¹⁶⁶ Anhand dieses Films sahen die unabhängigen Filmemacher, dass man auch ohne Filmstars, Beteiligungen von Filmstudios und mit einem kleinen Budget erfolgreiche Filme drehen konnte.¹⁶⁷

Während die großen Filmkonzerne Produktionen auf hohem Niveau führten, blieben unabhängigen Regisseuren nicht viele Möglichkeiten, um sich auf dem Markt zu behaupten.¹⁶⁸ Zudem hatte sich Ende der 70er Jahre das High-Concept Prinzip als Weg aus der Kinokrise bewährt, mit dem der Weg zum Mainstreamkino geebnet wurde.¹⁶⁹

¹⁶² Vgl. Battista [2013], S. 41

¹⁶³ Vgl. Faulstich [2005], S. 37

¹⁶⁴ Vgl. Battista [2013], S. 41

¹⁶⁵ Vgl. Battista [2013], S. 42

¹⁶⁶ zu finden unter: http://www.imdb.com/title/tt0046004/business?ref_=tt_dt_bus

¹⁶⁷ Vgl. Battista [2013], S. 42

¹⁶⁸ Vgl. Christen/Blanchet [2008], S. 462

¹⁶⁹ Vgl. Christen/Blanchet [2008], S. 400f.

Steven Spielberg beschrieb die Idee des High-Concepts wie folgt:

„If a person can tell me the idea in 25 words or less, it's going to make a pretty good movie. I like ideas, especially movie ideas, that you can hold in your hand.“¹⁷⁰

Wegen des erfolgreichen Trends des Mainstreamkinos waren die Filmkonzerne nicht mehr empfänglich für Filmemacher mit neuen Ideen.¹⁷¹ Aufgrund gewollt skandalöser Themen galt das Independentkino lange als verrucht und umstritten.¹⁷² Trotzdem gelang es manchen Independentproduktionen durchaus wirtschaftliche Erfolge zu erzielen, wie z.B. der Film „Blair Witch Project“, der bei einem Produktionsbudget von 60.000 \$ bis heute 140 Millionen Dollar einspielte.¹⁷³ Zentral unterstützt wurde der Independent-Markt von der Heimvideoindustrie und Pay-TV Sendern, die während der 80er Jahre ein enormes Wachstum und einen daraus resultierenden Bedarf an Filmprodukten hatten.¹⁷⁴

Inhaltlich kann man Independentfilmen gewissen Erzählstrukturen und typische Elemente zuordnen. So handeln die meisten Filme oftmals von Außenseitern und kleinen Minderheiten, die vom Mainstreamkino seltener bedient werden.¹⁷⁵ Ein anderes Beispiel sind die verwobenen Erzählstrukturen, mit denen sich Independentfilme von der Masse abheben wollen. Parallel verlaufende Handlungen oder zeitlich versetzte Episoden, die erst am Ende zusammenlaufen, sind das Gegenbild des traditionellen zielorientierten Plots.¹⁷⁶ Auch im visuellen Stil, der Bildkomposition, wird viel experimentiert und neue Muster werden ausprobiert.

Inzwischen haben auch viele Filmkonzerne eigene Independent-Marken aufgebaut, die auf ein spezielles Publikum ausgerichtet sind, die keine Mainstream-

¹⁷⁰ Wyatt [1994], S.13

¹⁷¹ Vgl. Christen/Blanchet [2008], S. 463

¹⁷² Vgl. Christen/Blanchet [2008], S. 462

¹⁷³ zu finden unter: http://www.imdb.com/title/tt0185937/business?ref_=tt_dt_bus

¹⁷⁴ Vgl. Christen/Blanchet [2008], S. 475

¹⁷⁵ Vgl. Christen/Blanchet [2008], S. 471

¹⁷⁶ Vgl. Christen/Blanchet [2008], S. 472

produktionen sehen wollen.¹⁷⁷ Mit solchen Nischenfilmen soll auch das gutbürgerliche Milieu ins Kino gelockt werden, das kulturell interessiert ist.¹⁷⁸ Dadurch ist es schwieriger geworden, reine Independent-Produktionen als solches zu erkennen, da man nur noch mithilfe aller Projektverträge nachvollziehen kann, woher die Gelder kommen und wohin sie fließen.¹⁷⁹

Der Film ist ein vielseitiges und komplexes Medium. Seine Geschichte und die verschiedenen Erscheinungsformen machen es schwierig, ihn in dieser Arbeit klar zu definieren und zu charakterisieren. Der Low-Budget Film richtet sich nach dem zur Verfügung stehenden Dreh-Etat. Die Art und Weise wie er produziert wird, ist auf kostengünstige und einfache Mittel ausgerichtet. Der Independentfilm möchte vor allem unabhängig von Richtlinien und Vorgaben der großen Majors sein. Man könnte ihn als Gegenstück zum konventionellen Mainstreamkino und dem High-Concept Prinzip betrachten. Die Grenzen zwischen Low-Budget und Independent können fließend sein, da beide Filmgenres dieselben Eigenschaften teilen. Filmproduktionen, die keine finanzstarken Auftraggeber besitzen, sind einem hohen finanziellen Risiko ausgesetzt, da von Produktionsbeginn an Kosten entstehen die gedeckt werden müssen.¹⁸⁰ Erste Gewinne können erst mit der letzten Verwertungsstufe generiert werden.¹⁸¹

Da z.B. Low-Budget und Independent Filme ein Nischenpublikum ansprechen und bestimmte Themen und Zielgruppen anvisieren, kann davon ausgegangen werden, dass sie von größeren Major Produktionen verdrängt werden.¹⁸² Für solche Major-Produktionen werden auch häufig größere Marketingaufwendungen getätigt, die sich in größeren Besucherzahlen äußern.¹⁸³ Filme unter einem Budget von 1,5 Millionen Euro erreichen durchschnittlich weniger Menschen als Filme mit einem höheren Etat.¹⁸⁴ Durch die geringere Aufmerksamkeit für Low-

¹⁷⁷ Vgl. Christen/Blanchet [2008], S. 469

¹⁷⁸ Vgl. Christen/Blanchet [2008], S. 469

¹⁷⁹ Vgl. Christen/Blanchet [2008], S. 468

¹⁸⁰ Vgl. Iljine/Keil [1997], S. 119f.

¹⁸¹ Vgl. Jacobs [2012], S. 34

¹⁸² Vgl. Ohlendorf [2013], S. 61

¹⁸³ Vgl. Castendyk [2008], S.117

¹⁸⁴ Vgl. Castendyk [2008], S.117

Budget Filme können die Zuschauerzahlen sinken und mit ihnen die Einnahmen. Damit deutsche Filmemacher finanziell stärker aufgestellt sind, können sie auf die deutsche Filmförderung zurückgreifen.

4 Filmförderung in Deutschland

Die Filmförderung stellt in Deutschland ein wichtiges finanzielles Standbein der Filmbranche dar. Die Förderfonds greifen auf ein Fördervolumen von 339,62 Millionen Euro (Fördersumme der neun größten Förderfonds Deutschland) zu.¹⁸⁵ Mit dieser Summe wurden 43,2% aller deutschen Erstaufführungen in Deutschland 2014 finanziert.¹⁸⁶ Da durch die Filmförderung annähernd 50% aller deutschen Erstaufführungen unterstützt werden, kann sie als das wichtigste Finanzierungsinstrument für deutsche Filme angesehen werden.

4.1 Filmförderpolitik in Deutschland

Der Film ist in Deutschland ein wichtiges nationales Kulturgut und darf daher staatliche Subventionierungen entgegennehmen.¹⁸⁷ Kritiker werfen der Filmförderung Wettbewerbsverzerrung vor, da der Film schließlich auch ein Wirtschaftsgut sei.¹⁸⁸ Doch anders als in den USA (Vereinigte Staaten von Amerika) ist die deutsche Filmwirtschaft auf Subventionen angewiesen.¹⁸⁹ Die Vergabe der Gelder ist an Kriterien und Voraussetzungen gebunden, damit die Filmförderung ihre eigene Zielsetzung erfüllen kann.¹⁹⁰

Die deutsche Filmförderung erfolgt ebenfalls aufgrund empirisch bewiesener Marktmängel von deutschen Filmen.¹⁹¹ US-Amerikanische Produktionen dominieren den deutschen Besuchermarktanteil mit 60,0 Prozent.¹⁹²

¹⁸⁵ zu finden unter: http://www.ffa.de/downloads/publikationen/ffa_intern/FFA_info_1_2015.pdf, S. 11

¹⁸⁶ zu finden unter: http://www.ffa.de/downloads/publikationen/ffa_intern/FFA_info_1_2015.pdf, S. 3

¹⁸⁷ Vgl. Seikowsky [2011], S. 11

¹⁸⁸ Vgl. Seikowsky [2011], S. 11

¹⁸⁹ Vgl. Seikowsky [2011], S. 21

¹⁹⁰ Vgl. Jacobs [2011], S. 121

¹⁹¹ Vgl. Kumb [2014], S. 20.

¹⁹² Siehe Abb. 2

Abb. 5: Marktanteile erstaufgeführter Produktionen in deutschen Kinos 2014

Land	Anzahl	Besucher	Anteil
Deutsche Filme (inkl. Koprod.)	1.015	32.094.524	26,7%
Filme aus EU-Ländern (ohne dt. Koprod.)	579	14.100.723	11,7%
US-Amerikanische Filme	544	72.157.194	60,0%
Andere	201	1.946.367	1,6%
Summe	2.339	120.298.808	100%

Abb. 5: Marktanteile erstaufgeführter Produktionen in deutschen Kinos 2014 (Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an FFA Info. Zu finden unter: http://www.ffa.de/downloads/publikationen/ffa_intern/FFA_info_1_2015.pdf)

Obwohl die Anzahl deutscher Produktionen fast doppelt so groß ist wie die der Amerikanischen, liegen die Besucherzahlen unter denen der US-Filme. Um dieser Dominanz entgegenzukommen und deutsche Filme zu stärken, wird in Deutschland Filmförderung genehmigt.¹⁹³ Grundlage dafür ist das 1968 in Kraft getretene Filmförderungsgesetz (FFG) über Maßnahmen zur Förderung des deutschen Films. Man muss dabei zwischen regionaler und Bundesweiter Förderung unterscheiden. Als deutschlandweite Einrichtung ist die Filmförderungsanstalt (FFA) zu nennen.

¹⁹³ Vgl. Kumb [2014], S. 21.

Ihre Aufgabe wird im FFG wie folgt definiert:

„Die Filmförderungsanstalt (FFA) fördert als bundesweite Filmförderungseinrichtung die Struktur der deutschen Filmwirtschaft und die kreativkünstlerische Qualität des deutschen Films als Voraussetzung für seinen Erfolg im Inland und im Ausland. Sie ist eine bundesunmittelbare rechtsfähige Anstalt des öffentlichen Rechts.“¹⁹⁴

Da die europäische und Außereuropäische Filmförderung für diese Arbeit keine Relevanz besitzt, werden diese daher nicht weiter erläutert.

4.2 Die wichtigsten Förderinstitutionen in Deutschland

Wer in Deutschland eine Film- oder Fernsehproduktion finanzieren möchte, kann dabei auf mehrere Förderquellen zugreifen. Sowohl der Bund, als auch Länder, Kommunen und Gemeinden bieten die Möglichkeit, auf Subventionen zurückzugreifen. Zu den bedeutendsten gehören die Filmförderungsanstalt (FFA) und das Amt des Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien (BKM). Seit 2007 gehört auch der Deutsche Filmförderfonds (DFFF) zu den vom Bund finanzierten Förderinstitutionen.¹⁹⁵ Zu den Förderprogrammen der Länder zählen beispielsweise das Medienboard Berlin Brandenburg (MBB), die Medien und Filmgesellschaft Baden Württemberg GmbH (MFG), die Film und Medienstiftung NRW GmbH und die FilmFernsehFonds Bayern (FFF).¹⁹⁶

Insgesamt besitzen 13 der 16 Bundesländer eigene Förderfonds.¹⁹⁷ Bis auf Hessen haben alle Länder Gesellschaften mit beschränkter Haftung gegründet, die als Unternehmen die Vergabe der Fördermittel regeln.¹⁹⁸ Neben den Ländern als Gesellschafter sind auch die Landesrundfunkanstalten ARD und ZDF sowie die Mediengruppe RTL Deutschland und ProSiebenSat.1 Media AG in

¹⁹⁴ Vgl. FFG §1, Abs. 1

¹⁹⁵ zu finden unter: www.dfff-ffa.de

¹⁹⁶ Vgl. Castendyk [2008], S.64ff.

¹⁹⁷ Vgl. Kumb [2014], S. 26

¹⁹⁸ Vgl. Kumb [2014], S. 26.

diesen Unternehmen vertreten.¹⁹⁹ 2011 waren TV-Sender an 61% aller deutschen erstaufgeführten Spielfilme beteiligt. Diese Zahl sank 2013 auf 45%.²⁰⁰ Das Fernsehen benötigt aufgrund der langen Sendezeiten viel Sendematerial und ist daher der größte Abnehmer von Spiel- oder Dokumentarfilm Produktionen.²⁰¹

4.3 Ziele und Vorgaben der Filmförderung

Die Filmförderung hat die Aufgabe, die Struktur der deutschen Filmwirtschaft zu stärken und den deutschen Film und seine Digitalisierung zu fördern. Es sollen gemeinschaftliche Produktionen mit ausländischen Filmemachern unterstützt und die Verletzung von Urheberrechten verhindert werden.²⁰² Die Verbreitung und die Steigerung des kulturellen Ranges des deutschen Films stehen im Vordergrund.²⁰³ Zudem fließen noch externe Effekte in die Zielfunktion der Filmförderung. Dazu zählen Erlöse aus der Hotel- und Gastronomiewirtschaft, die für die Unterbringung und Verpflegung von Filmteams zuständig sind.²⁰⁴ Man spricht hier auch von einem Regionaleffekt, bei dem die Filmemacher dazu verpflichtet sind 100% oder mehr von den Fördergeldern in der Drehortregion auszugeben.²⁰⁵ Für die Regionen in denen Filmproduktionen gedreht werden, dient der Film zusätzlich als aufmerksamkeitswirksames Standortmarketing. Es liegt nahe, dass mancher Zuschauer sich durch die Bilder angesprochen fühlt und beschließt selber die Region zu besuchen.

Die FFA gewährt zwei verschiedene Arten der Förderung. Zum einem die sogenannte Projektfilmförderung sowie die Referenzfilmförderung. Dazugehörige Förderbereiche sind die Produktionsförderung, die Kurzfilmförderung, die Dreh-

¹⁹⁹ Vgl. Handelsregistrauszüge der Gesellschaften mit beschränkter Haftung

²⁰⁰ Vgl. Filmstatistisches Jahrbuch 2014, S. 20

²⁰¹ Vgl. Kurz/ van Messel/ Koll [2006], S. 163

²⁰² Vgl. FFG §2, Abs. 1.

²⁰³ Zu finden unter: <http://www.foerderdatenbank.de/>

²⁰⁴ Vgl. Kumb [2014], S. 22

²⁰⁵ Vgl. Jacobs [2011], S. 129f.

buchförderung, die Kinoförderung, die Videoförderung und die Verleih- und Marketingförderung.²⁰⁶

Die Projektfilmförderung kann nur von Produktionen, die aus Deutschland stammen, in Anspruch genommen werden. Die Filmlänge muss mindestens 79 Minuten betragen und die Dreharbeiten dürfen noch nicht begonnen haben. Zusätzlich müssen diverse Dokumente, wie z.B. Drehbuch oder Finanzierungsplan, den 13 Mitgliedern des FFA Vorstandes vorliegen. Diese entscheiden dann über die künstlerische Qualität und den zu erwartenden Erfolg des Filmes. Danach kann die Fördersumme von bis eine Millionen Euro vergeben werden.²⁰⁷

Die Referenzfilmförderung hingegen orientiert sich anhand der Besucherzahlen, die ein Film innerhalb eines Jahres erreicht. Wurde die Punkteschwelle erreicht, kann der Produzent innerhalb von zwei Jahren Fördermittel für neue Projekte einfordern.²⁰⁸ Im Jahr 2014 lag der Referenzpunktwert bei 0,36 Cent. Unter verschiedenen Bedingungen steigt oder sinkt die Punkteschwelle. So können höhere Produktionskosten für eine steigende Schwelle sorgen. Eine Auszeichnung mit „besonders wertvoll“ der Deutschen Film- und Medienbewertung Wiesbaden (FBW) senkt hingegen die Punkteschwelle um 50 000 Referenzpunkte.²⁰⁹ Mit der Möglichkeit, auf verschiedene Art und Weise die Punkte zu senken, sollen deutsche Filmemacher motiviert werden, ihre Filme möglichst oft bei internationalen Filmfestivals einzureichen. Die Auszeichnung eines Filmes bei einem Wettbewerb kann mit bis zu 200 000 Punkten belohnt werden.²¹⁰

Kurzfilme werden dann von der FFA gefördert, sobald sie eine Referenzpunktzahl von 15 erreicht haben. Sie dürfen maximal 15 Minuten lang sein und müssen Erfolge bei Festivals oder Kurzfilmwettbewerben vorweisen.²¹¹

²⁰⁶ zu finden unter: <http://www.ffa.de/>

²⁰⁷ zu finden unter: <http://www.ffa.de/>

²⁰⁸ Vgl. Castendyk [2008], S.73

²⁰⁹ Vgl. FFG, § 22, Abs. 1-2

²¹⁰ zu finden unter: <http://www.ffa.de/>

²¹¹ zu finden unter: <http://www.ffa.de/>

Die Drehbuchförderung kann nur vom Autoren selbst gestellt werden. Er muss zwei Kinoproduktionen vorweisen, die nach seinem Drehbuch verfilmt wurden, um Zuschüssen von bis zu 30.000 Euro zu bekommen. Wer das nicht vorweisen kann, muss den Antrag zusammen mit einem Produzenten stellen, der bereits eine Produktion hergestellt hat und in Deutschland lebt.²¹²

Verleih und Marketingförderung beziehen sich auf die Herstellungskosten von Filmkopien sowie die Bewerbung und Vermarktung eines Filmes. Filmkopien werden benötigt, um die Filme in den Kinos ausstrahlen zu können. Eine einzige Filmkopie kann zwischen 1.200 und 2.000 Euro kosten.²¹³ Die FFA spricht diese Förderung nur Filmen zu, die mit mindestens 25 Kopien zum Kinostart beginnen.²¹⁴ Zu Marketingaktionen zählen Printprodukte und Trailer Ausstrahlungen die benötigt werden, um auf den Film aufmerksam zu machen.

Mit der Kinoförderung soll die Digitalisierung des Films vorangetrieben werden. Kinos werden auf den neusten Stand der Technik gebracht oder ausgebaut. Die Lichthäuser sollen Barrierefreiheit gewährleisten und können Förderungen bis zu 200.000 Euro erwarten. Eine Unterkommission der FFA entscheidet zweimal im Jahr über die Anträge der Kinobetreiber.²¹⁵

Die Videoförderung unterstützt den Verkauf des Filmes auf dem DVD, Blu-Ray oder Video on Demand Markt. Videoprogrammanbieter mit Sitz in Deutschland sollen befördert werden, die Distribution deutscher Kinofilme auf dem Rezipienten Markt voranzutreiben. Die Umsatzerlöse durch den DVD-Verkauf sind dank einer geringen Handelsspanne höher als die an den Kinokassen.²¹⁶

²¹² zu finden unter: <http://www.ffa.de/>

²¹³ Vgl. Jacobs [2011] S. 101

²¹⁴ zu finden unter: <http://www.ffa.de/>

²¹⁵ zu finden unter: <http://www.ffa.de/>

²¹⁶ Vgl. Kumb [2014], S. 31

4.4 Finanzierungsherkunft der Förderfonds und der Filmförderungsanstalt.

Die Summe der zur Verfügung stehenden Fördergelder hängt von den Finanzbeiträgen der Gesellschafter, Rückzahlungen, Zinserträge und der Höhe der Filmabgabe ab (Siehe Abb. 4.). Die Filmabgabe wird nach §66, 66a und 67 FFG von allen Kinobetreibern, Fernsehanstalten und Videoverleihern erhoben.²¹⁷ Die Abgabe erfolgt von den Marktteilnehmern monatlich und wird anteilig des Nettoumsatzes entrichtet. Dafür werden Beträge zwischen 1,8 und 2,4 von Hundert des Umsatzes verlangt.²¹⁸ Die Gesamteinnahmen der Filmförderung im Jahr 2013 belaufen sich auf eine Summe von 79,3 Millionen Euro und ist im Vergleich zum Jahr 2012 um 17,6 Millionen Euro zurückgegangen. Die Einnahmen nur durch die Filmabgaben belaufen sich auf eine Summe von 55,6 Millionen Euro.²¹⁹

Abb. 6: Einnahmen der Filmförderungsanstalt durch die Filmabgabe in Prozent (2013)

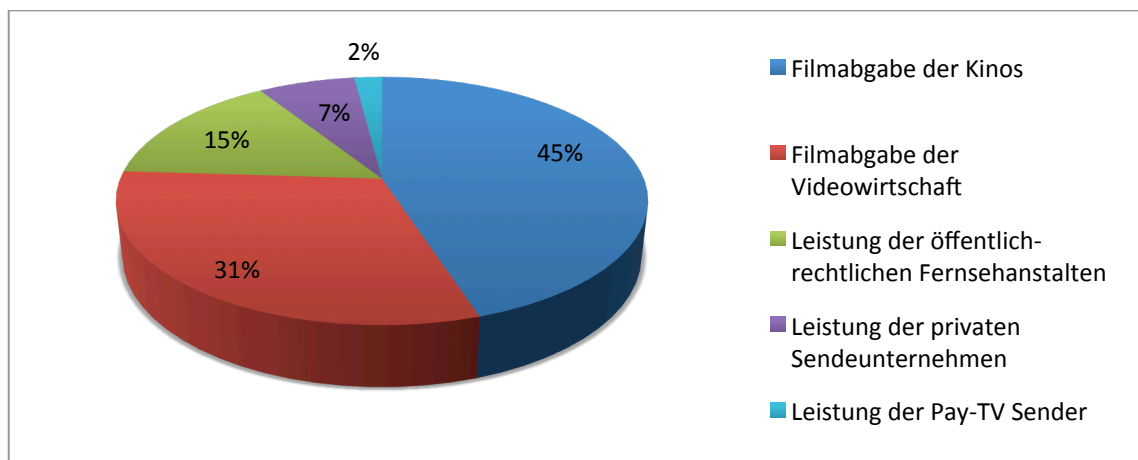


Abb. 6: Einnahmen der Filmförderungsanstalt durch die Filmabgabe in Prozent (Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an: FFA Geschäftsbericht 2013, S. 15. Zu finden unter: http://www.ffa.de/downloads/publikationen/GB_FFA_2013.pdf)

²¹⁷ Vgl. Kumb [2014], S. 26

²¹⁸ Vgl. FFG, §66, 66a, 67

²¹⁹ Zu finden unter: http://www.ffa.de/downloads/publikationen/GB_FFA_2013.pdf, S. 14f.

Den größten Anteil tragen die Kinobetreiber mit 25.116.989,45 €. Die Fernsehsender haben einen Gesamtanteil von 24%. Während die FFA ihre Einnahmen praktisch selbst erwirtschaftet, bekommen die DFFF und das BKM staatliche Subventionen ausgezahlt.²²⁰ Ohne Filmförderung wäre in Deutschland keine Filmbranche denkbar. Trotzdem gibt es immer wieder Kritik zum derzeitigen System, obwohl die Anzahl der erstaufgeführten deutschen Spielfilme mit jedem Jahr steigt.²²¹ Man kann davon ausgehen, dass die Filmförderung aufgrund ihrer Regularien und Vorgaben für manche Low-Budget und Independentfilmer ungeeignet erscheint.

²²⁰ Vgl. Castendyk [2008], S. 67f.

²²¹ Zu finden unter: http://www.ffa.de/downloads/publikationen/ffa_intern/FFA_info_1_2015.pdf, S.14

5 Einsatz des Crowdfundings für Filmfinanzierung

Crowdfunding ist eine Möglichkeit, sich Kapital zu beschaffen ohne auf die Hilfe von externen Geldgebern angewiesen zu sein. So steht es nahe, dass gerade Independent Filmemacher gerne auf diese Finanzierungsmethode zurückgreifen.²²² Die Mittelsherkunft setzt sich bei Filmen meistens aus mehreren Finanzquellen zusammen. Oft kommt es zu einem Mix aus Filmförderung und anderen Finanzierungsmitteln.²²³ Im Falle eines nationalen Low-Budget-Filmes kann der Finanzierungsmix aus bis zu sechs verschiedenen Geldtöpfen stammen.²²⁴

In diesem Kapitel soll der Frage nachgegangen werden inwiefern sich Crowdfunding auf die deutschen Filmemacher auswirkt und wer sie nutzt. Warum weckt die Methode besonders Interesse für Low-Budget und Independent Filmer und welche Vor- und Nachteile hat sie gegenüber der klassischen Filmförderung?

5.1 Crowdfunding für Filme

Filme über die Crowd zu finanzieren wird immer beliebter. Auf der größten Crowdfunding-Plattform Kickstarter steht die Kategorie Film & Video auf Platz zwei aller erfolgreich finanzierten Projekte.²²⁵ Insgesamt wurden von 17.934 erfolgreich abgeschlossenen Film-Projekten 5.560 mit über 10.000 US-Dollar finanziert. Vier davon erreichten die Finanzierungsschwelle von 1 Millionen Dollar.²²⁶ Damit befinden sich diese Filme alle im Low-Budget Bereich oder weit darüber. Die Gesamtsumme der erfolgreichen Projekte betrug 235 Millionen US-Dollar und hat eine Erfolgsquote von 38,27%. Allerdings stehen den 17.934 finanzierten Filmen 28.923 Projekte gegenüber, die die Finanzierungsschwelle

²²² Vgl. Battista [2013], S. 142

²²³ Vgl. Ohlendorf [2013], S. 10

²²⁴ Vgl. Zwirner [2012], S. 135

²²⁵ Zu finden unter: <https://www.kickstarter.com/help/stats?ref=footer>

²²⁶ Zu finden unter: <https://www.kickstarter.com/help/stats?ref=footer>

nicht geschafft haben. Ein Großteil davon erreichte nur 1 – 20% des erforderlichen Budgets.²²⁷

Inzwischen wurden drei bei Kickstarter finanzierte Filme in mehreren Kategorien für einen Oscar nominiert. Davon gewann „Inocente“ in der Kategorie „Bester Dokumentar- Kurzfilm“.²²⁸ Kickstarter und Indiegogo konnten verschiedene Partner wie Filmfestivals, Netzwerke oder Schauspielschulen gewinnen, um die Projekte ihrer Seiten damit zu unterstützen.²²⁹ Anhand dieser Beispiele kann man erkennen, dass bestimmte Projekte nicht nur Budget über eine Plattform gewinnen können, sondern auch der Bekanntheitsgrad gesteigert wird. Kooperationen mit Schauspielschulen helfen kleineren Produktionen, leichter an mehr Darsteller heranzukommen.

Doch nicht nur kleine Filmemacher nutzen die neue Finanzierungsform. Auch namenhafte Hollywood Schauspieler wie Zach Braff haben Kampagnen gestartet. Sein Film „Wish I Was Here“ wurde mit 3,1 Millionen Dollar unterstützt.²³⁰ Auch in Deutschland konnte der Film „Stromberg“ mit 3000 Investoren innerhalb von kurzer Zeit sein Finanzierungsziel von 1. Millionen Euro erreichen.²³¹ Die Produktionsfirma für diesen Film war Brainpool TV, die zu den erfolgreichsten TV-Produzenten Deutschlands zählt.²³² Diese Ausnahmen sind allerdings nicht üblich. Durchschnittlich werden über Kampagnen gerade mal 1.000 bis 4.999€ für Filme eingesammelt (Siehe Abb. 7.). Um einen Film anschließend in die Kinos zu bekommen, wäre eine Filmkopie nötig, die ca. 2.500€ kostet.²³³ Der Betrag alleine wäre schon die Hälfte der eingenommenen Summe der Kampagne. Geht man einen Vertrag mit einem professionellen Filmverleiher ein, sind die Kosten noch höher. Der mögliche Betrag für einen Low-Budget-Film mit fünf

²²⁷ Zu finden unter: <https://www.kickstarter.com/help/stats?ref=footer>

²²⁸ Zu finden unter: http://www.imdb.com/title/tt2123210/awards?ref_=tt_awd

²²⁹ Vgl. Dresner [2014], S. 59f.

²³⁰ Vgl. Bomnüter/Scheller [2014], S. 152

²³¹ Vgl. Ohlendorf [2013], S. 3

²³² Verfügbar unter: <http://www.brainpool.de/Unternehmen/BRAINPOOL-TV-GmbH/Profil-Geschaeftsfelder>

²³³ Vgl. Zwirner [2012], S. 149

Filmkopien läge dann bei 54.000€.²³⁴ Es stellt sich natürlich die Frage, ob die Initiatoren der Kampagne das Ziel verfolgen, den Film in die Kinos zu bringen.

Abb. 7: Einnahmen deutschsprachiger Crowdfunding-Filmprojekte nach Budget

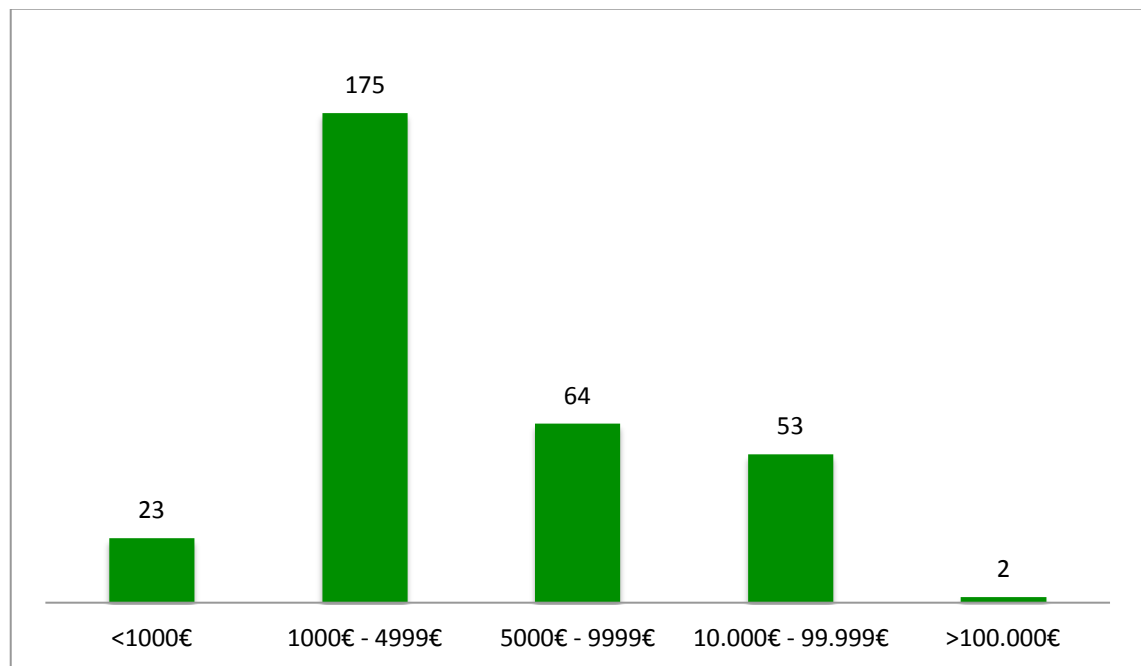


Abb. 7: Einnahmen Deutschsprachiger Crowdfunding-Filmprojekte nach Budget. (Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an [crowdsourcingblog.de](http://www.crowdsourcingblog.de/blog/2014/01/13/crowdfunding-in-der-deutschen-filmbranche-2013/). Verfügbar unter: <http://www.crowdsourcingblog.de/blog/2014/01/13/crowdfunding-in-der-deutschen-filmbranche-2013/>)

5.2 Chancen und Risiken des Crowdfunding für Filmmacher

Warum ist Crowdfunding unter Filmmachern so beliebt? Um diese Frage zu beantworten, werden die Vor- und Nachteile von Crowdfunding gegenübergestellt und verglichen. Dabei werden nur die für Filmmacher relevanten Punkte berücksichtigt.

²³⁴ Vgl. Kurz/ van Messel/ Koll [2012], S. 154f.

Marketingeffekt: Der Marketingeffekt beschreibt, wie sich Crowdfunding-Projekte auf potenzielle Investoren auswirken. Selbst wenn der Nutzer nicht am Projekt teilnimmt, kann er anderen von der Idee erzählen, die sich anschließend dazu entscheiden zu spenden. Man spricht dabei von Multiplikatoren²³⁵

Blogger und Medien: Schafft es ein Crowdfunding-Projekt eine große Medienaufmerksamkeit zu gewinnen, kann parallel auch mit einem höherem Bekanntheitsgrad gerechnet werden.²³⁶ Dies kann sich in weiteren Spendern oder größeren Besucherzahlen auswirken.

Unabhängigkeit: Crowdfunding-Projekte geben den Gründern üblicherweise die volle Kontrolle über ihr Projekt. Was mit dem gesammelten Geld gemacht wird, obliegt nicht mehr den Spendern oder anderen Personen.²³⁷ Insofern sind die Filmemacher an keinerlei Vorschriften gebunden.

Der Schwarm als Quelle: Die Unterstützer dienen nicht nur als Geldgeber, sondern können auch wertvolle Tipps geben.²³⁸ Wenn Filmemacher bestimmte Drehorte suchen oder Darsteller brauchen, können sie einen Aufruf über die Plattform machen und die Investoren um Hilfe bitten. Auch Kritik und Einschätzungen können kommuniziert werden.

Kostengünstig: Die meisten Crowdfunding-Plattformen bieten ihre Dienstleistungen kostenfrei an. Als Initiator muss man sich also nicht selber um eine kostspielige Konzeption einer Website kümmern.²³⁹ Doch ganz umsonst ist das Angebot nicht. Die Anbieter verlangen je nach Plattform einen unterschiedlichen Prozentsatz als Provision, die von der eingesammelten Summe abgezogen wird. Dies geschieht oftmals nur bei erfolgreich abgeschlossenen Projekten.²⁴⁰

²³⁵ Vgl. Schramm/Carstens [2014], S. 46

²³⁶ Vgl. Schramm/Carstens [2014], S. 46

²³⁷ Vgl. Schramm/Carstens [2014], S. 47

²³⁸ Vgl. Schramm/Carstens [2014], S. 47

²³⁹ Vgl. Waider [2013], S. 43

²⁴⁰ Vgl. Wendling [2012], S. 193

Nachteile des Crowdfunding können sich wie folgt äußern:

Die Crowd entscheidet: Auch wenn die Kategorie „Filme“ auf vielen Plattformen zu den beliebtesten zählt, ist das keine Garantie für den Erfolg jeder Kampagne. Auf Kickstarter schaffen es die meisten Projekte nicht über die Finanzierungsschwelle hinaus (Siehe Kapitel 5.1). Der Erfolg hängt von der Crowd ab und die ist nicht beeinflussbar.²⁴¹

Durchführung einer Kampagne: Um ein Crowdfunding durchzuführen, bedarf es einiger Vorbereitungen und Planungen. Unterstützer fordern während des Fundings Informationen und Updates ein. Daher ist eine solche Kampagne sehr zeitaufwendig.²⁴²

Betrug: Da in manchen Fällen die Gesetzeslage nicht ganz geklärt ist, sind manche Menschen verunsichert bzw. nutzen dies aus. Das kann sowohl für die Unterstützer, als auch für die Projektinitiatoren Auswirkungen haben.²⁴³

Einnahmen: Bisher sind die Einnahmen für Filme durch Crowdfunding noch sehr gering. Die meisten Projekte zielen auf Summen zwischen 1000_€ und 4.999€ ab (Siehe Abb. 7). Projekte mit größeren Summen sind seltener und oft von professionellen Produktionsfirmen geleitet.²⁴⁴

5.3 Hat Crowdfunding Einfluss auf die Branche?

Die Herstellungskosten einer Spielfilmproduktion in Deutschland sind mit den Jahren immer weiter angestiegen. 2004 betrugen die durchschnittlichen Kosten deutscher Erstaufführungen 2,5 Millionen Euro und erreichten 2013 bis zu 3,4 Millionen Euro.²⁴⁵ Diese Zahlen legen nahe, dass Spielfilmproduktionen in Deutschland teurer geworden sind. Mithilfe der folgenden Daten soll untersucht werden, ob Crowdfunding Einfluss auf Low-Budget und Independentfilmbranche

²⁴¹ Vgl. Schramm/Carstens [2014], S. 48

²⁴² Vgl. Jacobshagen [2012], S. 80

²⁴³ Vgl. Waider [2013], S. 65f.

²⁴⁴ Vgl. Waider [2013], S. 60

²⁴⁵ Vgl. Filmstatistisches Jahrbuch 2014, S. 16

hat. Die Argumentation basiert dabei hauptsächlich auf Zahlen und den Erkenntnissen, die aus der vorangegangenen Arbeit gewonnen werden konnten. Es gilt festzuhalten, dass man anhand der Zahlen keine bindenden Aussagen über den Einfluss von Crowdfunding auf die Branche schließen kann.

Die nachfolgende Abbildung zeigt, wie viele erstaufgeführte Spielfilme über die Jahre in Deutschland mit welchem Budget produziert wurden. In Deutschland fällt ein Film mit Produktionskosten zwischen 30.000€ und 1,5 Millionen Euro in den Low-Budget Bereich.²⁴⁶ Independentfilme lassen sich aufgrund ihrer Charakteristika keinem genauem Budget-Bereich einordnen, können sich aber auch im Low-Budget Bereich bewegen (Siehe Kapitel 3.7). Es fällt auf, dass Filme, die einem Etat von unter 500.000€ liegen, nur 62 Produktionen angehören, im Bereich 500.000€ bis 1,5 Millionen Euro hingegen 166 Produktionen stattfanden (Siehe Abb. 8). Zusammen ergeben dass 228 Low-Budget Produktionen zwischen 2004 und 2013. Es lässt sich festhalten, dass die Anzahl der Filme über die Jahre weiter angestiegen ist, die Anzahl der Filme im Low-Budget Bereich allerdings gesunken ist.

Der Crowdfunding-Markt verzeichnete zwischen 2011 bis 2013 ein enormes Wachstum, trotzdem nahmen die Low-Budget Produktionen in diesem Zeitraum ab. Berücksichtigt man diesen Aspekt, wird deutlich, dass die Anzahl der Low-Budgetfilme seit der Einführung des Crowdfunding gesunken ist. Gegen diese These lässt sich einwenden, dass die Anzahl der Filme ohne Angaben von Produktionskosten zwischen 2004 und 2005 gestiegen ist. Seit 2011 übersteigt die Zahl sogar die der Filme mit vorliegenden Produktionskosten. Ohne die Einordnung dieser Filme lässt sich nicht genau sagen, wie viele Filme im Low-Budget Bereich produziert wurden.

²⁴⁶ Kurz/ van Messel/ Koll [2006], S. 12

Abb. 8: Erstaufgeführte deutsche Spielfilme nach Produktionsklassen 2004 bis 2013

Produkti- onskosten	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Unter 500.000	6	4	2	5	8	8	7	5	8	8
500.000 bis 1,5 Mio.	17	20	10	18	26	21	20	12	14	8
1,5 Mio. bis 3 Mio.	19	16	16	14	21	15	9	11	13	18
3 Mio. bis 5 Mio.	14	14	14	17	16	16	13	16	13	10
5 Mio. bis 10 Mio.	5	5	11	10	8	26	15	9	14	18
10 Mio. und mehr	3	4	2	7	7	6	6	6	3	5
Insgesamt	64	63	55	71	86	92	70	59	65	67
k.A. zu Pro- duktionskos- ten	23	40	67	51	39	58	49	64	89	87

Abbildung 8: Erstaufgeführte deutsche Spielfilme nach Produktionskostenklassen 2004 bis 2013 (Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Filmstatistisches Jahrbuch 2014, S. 17)

6 Schlussbetrachtung

Das neue Finanzierungskonzept Crowdfunding stellt sich als Möglichkeit für Filmemacher dar, die nicht für die Richtlinien und Bedienungen der Filmförderung oder TV-Sender ihr Konzept ändern wollen (Siehe Kapitel 4.3). Dennoch kann man Crowdfunding nicht als absolute Alternative für Low-Budget und Independentfilmer ansehen. Auch wenn die Unabhängigkeit und Selbstbestimmung gewährleistet ist, sind die Summen, die durch Crowdfunding generiert werden können, noch sehr gering. Die durchschnittlichen Einnahmen von ca. 10.000€ reichen für manche kleine Produktion aus, doch ein Low-Budget Film kann auch bis zu 3 Millionen Euro verbrauchen.²⁴⁷ Obwohl der Markt für Crowdfunding jedes Jahr wächst, ist der Bekanntheitsgrad in der Bevölkerung sehr gering.²⁴⁸ Viele Kampagnen scheitern noch an der Finanzierungsgrenze, was zum einen an einer geringen Aufmerksamkeit oder am Projekt selbst liegen kann.

Finanziert man über die klassischen Methoden wie Filmförderung oder Kooperationen, muss man mit Einschränkungen rechnen, die den Film komplett verändern.²⁴⁹ Wurde ein Crowdfunding-Projekt erfolgreich abgeschlossen, kann man als Initiator davon ausgehen, dass die Unterstützer von dem Film überzeugt sind und hinter seiner Idee stehen.²⁵⁰ Dennoch lassen sich mit gängigen Finanzierungsmethoden, wie der Filmförderung oder Kooperationen, nach wie vor mehr Geld einnehmen, was auf jahrelange Erfahrung und ein großes Netzwerk zurückzuführen ist.²⁵¹

Die Auswirkungen des Crowfundings auf die Branche sind nicht messbar und können auch die branchenüblichen Summen nicht erreichen.²⁵² Daher kann man Crowdfunding als Finanzierungsmittel für kleine Filmprojekte zwischen 2.500 und 25.000 Euro einordnen. Ausnahmen wie der Film „Stromberg“ oder

²⁴⁷ Vgl. Waider [2013], S. 67

²⁴⁸ Vgl. Waider [2013], S. 67

²⁴⁹ Vgl. Waider [2013], S. 66

²⁵⁰ Vgl. Waider [2013], S. 67

²⁵¹ Vgl. Waider [2013], S. 64

²⁵² Vgl. Wendling [2012], S. 200

„Iron Sky“ konnten auf eine große Fangemeinde und Medienaufmerksamkeit zurückgreifen. Zudem haben beide Filme zusätzlich zum eingesammelten Geld der Crowd, auf Fördergelder der Bundesländer, der FFA und Förderprogramme anderer Nationen zugegriffen.²⁵³ Um einen Einfluss auf die Low-Budget und Independetfilm Branche zu haben, müsste Crowdfunding einen größeren Marktzuwachs erlangen. Die aktuellen Zahlen lassen auf eine solche Entwicklung hin schließen, dann wäre es auch denkbar, dass sich Crowdfunding als Mixfinanzierung im Filmbereich etablieren könnte.

²⁵³ Vgl. Waider [2013], S. 58

Literaturverzeichnis

Artistshare.com [2014]

About us. Verfügbar unter: <http://artistshare.com/v4/About> (15.04.2015)

Battista, P. [2013]

Independent Film Producing, New York 2013

Bergan, R. [2012]

Alles über Film, München 2012

Bergfuerst.com [2015]

Verfügbar unter: <https://de.bergfuerst.com/> (05.05.2015)

Blohm, I./ Leimeister, M./ Wenzlaff, K./ Gerbert, M. [2013]

Crowdfunding-Studie 2012/2013: Analyse, Perspektiven und Erfolgsfaktoren innovativer Unternehmens- und Projektfinanzierungsformen, Berlin 2013.

Bomnüter, U. / Scheller, P. [2014]

Filmfinanzierung : Strategien im Ländervergleich: Deutschland, Frankreich, Großbritannien und USA, Berlin 2014

Brainpool.de [2015]

Unternehmen/Brainpool TV GmbH. Verfügbar unter:

<http://www.brainpool.de/Unternehmen/BRAINPOOL-TV-GmbH/Profil-Geschaeftsfelder> (10.06.2015)

Cable, Philip R. [2009]

Make Movies That Make Money! The Low-Budget Filmmaker's Guide to Commercial Success, McFarland & Company, Inc., Publishers North Carolina & London 2009

Castendyk, O. [2008]

Die deutsche Filmförderung. Eine Evaluation, Konstanz 2008

Christen, T. / Blanchet, R. [2008]

Einführung in die Filmgeschichte. New Hollywood bis Dogma 95, Marburg 2008

Crowdsourcing.org [2012]

Crowdfunding Industry Report May 2012. Verfügbar unter:

<http://www.crowdfunding.nl/wp-content/uploads/2012/05/92834651-Massolution-abridged-Crowd-Funding-Industry-Report1.pdf> (21.05.2015)

Dfff-ffa.de [2015]

Verfügbar unter: <http://www.dfff-ffa.de/> (15.05.2015)

Dresner, S. [2014]

Crowdfunding: A Guide to Raising Capital on the Internet, New Jersey 2014

Faulstich, W. [2005]

Filmgeschichte, Paderborn 2005

Ffa.de [2015]

Der Videomarkt im Jahr 2014. Verfügbar unter:

<http://www.ffa.de/downloads/publikationen/Videomarkt2014.pdf> (10.06.2015)

Ffa.de [2015]

FFA im Überblick. Verfügbar unter: http://www.ffa.de/downloads/FFA-Overview/FFA_im_Ueberblick.pdf (15.05.2015)

Fsk.de [2015]

Die Geschichte der FSK. Verfügbar unter: <http://www.fsk.de/?seitid=16&tid=473> (10.06.2015)

Förderdatenbank.de [2015]

Filmförderung Richtlinie. Verfügbar unter: <http://www.foerderdatenbank.de/Foerder-DB/Navigation/Foerderrecherche/suche.html?get=4aa561e46fff16fb87d819d09c769842;views.document&doc=10855&typ=RL> (15.05.2015)

Für-Gründer.de [2015]

Crowdfinanzierung im Jahr 2014 und wohin geht die Reise? Verfügbar unter: <http://www.fuer-gruender.de/blog/2015/02/crowdfinanzierung-2014/> (02.04.2015)

Für-Gründer.de [2015]

Crowdfunding in Deutschland. Ausgabe Nr. 2/2015. Verfügbar unter: http://www.fuer-grueder.de/fileadmin/mediapool/Unsere_Studien/Crowdfinanzierung_Monitor_Q1_2015_Fuer-Gruender.de_Dentons.pdf

Germancrowdfunding.net [2015]

Civic Crowdfunding – Wie Crowdfunding die Stadt verändert und welche Potenziale das neue Finanzierungssystem für Städte und Regionen hat. Verfügbar unter: <http://www.germancrowdfunding.net/2015/03/civic-crowdfunding-wie-crowdfunding-die-stadt-veraendert-und-welche-potenziale-das-neue-finanzierungsinstrumentes-fuer-staedte-und-regionen-hat/> (17.06.2015)

Germancrowdfunding.net [2015]

Klassifizierung von Crowdfunding-Typen in Wissenschaft und Praxis. Verfügbar unter: <http://www.germancrowdfunding.net/wissenschaft/> (07.06.2015)

Germancrowdfunding.net. [2015]

Marktanteile (€) der Plattformen in 2014. Verfügbar unter:
<http://www.germancrowdfunding.net/daten/> (07.06.2015)

Gläser, M. [2008]

Medienmanagement, München 2008

Grafe, R. [2005]

Das wettbewerbsfähige Kino – Grundsätzliche Anforderungen und Chancen durch E-Cinema und D-Cinema , Grin Verlag 2008

Grob, N. [2013]

Vom Gesicht der Welt. Essays zur Filmgeschichte, 1. Auflage 2013, Baden Baden 2013

Gulko, C. [2011]

Career Launcher: Film, New York 2011

Iljine, D. / Keil, K. [1997]

Der Produzent. Das Berufsbild des Film- und Fernsehproduzenten in Deutschland. Versuch einer Definition, München 1997

Imdb.com [2015]

Box Office for Blair Witch Project. Verfügbar unter:

http://www.imdb.com/title/tt0185937/business?ref=tt_dt_bus (10.06.2015)

Imdb.com [2015]

Box Office for Little Fugitive. Verfügbar unter:

http://www.imdb.com/title/tt0046004/business?ref=tt_dt_bus (25.05.2015)

Imdb.com [2015]

„Inocente“ Awards. Verfügbar unter:

http://www.imdb.com/title/tt2123210/awards?ref=tt_awd (14.06.2015)

Jacobshagen, P. Filmbusiness [2012]

Filme erfolgreich finanzieren, produzieren und vermarkten, München 2012

Kickstarter.com [2015]

Statistiken. Verfügbar unter: <https://www.kickstarter.com/help/stats?ref=footer>
(24.05.2015)

Koll, S. / van Messel, E./ Koll, B. [2006]

Low-Budget-Filme. Marketing und Vertrieb optimieren, Konstanz 2006

Krusche, D. [2004]
Reclams Filmführer, Stuttgart 2004

Kumb, F. [2014]
Filmförderung und Subventionskontrolle in Deutschland, Wiesbaden 2014

Lindenmuth, Kevin J. [2013]
How to Make Movies: Low-Budget/No-Budget Indie Experts Tell All, McFarland & Company, Inc., Publishers North Carolina & London 2013

Nostitz-Wallwitz, C. [2014]
Filmfonds und neue Finanzierungskonzepte, München 2014

Ohlendorf, V. [2014]
Crowdfunding- Alternative Finanzierungsform für Filme?, Hamburg 2014

Olaf, J. [2011]
Finanzierung von Film und Fernsehproduktionen: Strategien zur erfolgreichen Mittelbeschaffung, Berlin 2010

Ordanini, A./ Miceli, L./ Pizzetti, M./ Parasuraman, A. [2011]
Journal of Service Management. Crowd-funding transforming customers into investors through innovative service platforms, Milan 2009

Pezoldt, K./ Sattler, B. [2009]
Medienmarketing. Marketingmanagement für werbefinanziertes Fernsehen und Radio, Stuttgart 2009

Rimscha, B. [2012]
Risikomanagement in der Entwicklung und Produktion von Spielfilmen. Wie Produzenten vor Drehbeginn Projektrisiken steuern, Wiesbaden 2012

Seikowsky, J. [2011]
Der Deutsche Filmförderfonds. Eine Einschätzung über den Einfluss des DFFF auf die deutsche Filmwirtschaft, Saarbrücken 2011

Schramm, D./ Carstens, J. [2014]
Startup-Crowdfunding und Crowdinvesting: Ein Guide für Gründer. Mit Kapital aus der Crowd junge Unternehmen online finanzieren, Wiesbaden 2014.

Schult, G. [2000]
Fernsehjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis, München 2000

Tibbetts, J. [1985]

The American Theatrical Film: Stages in Development, Wisconsin 1985

Waider, C. [2013]

Crowdfunding als alternatives Filminvestitionsmodell. Ist Crowdfunding und Crowdfunding ein zukunftsfähiges Filmfinanzierungsmodell? Hamburg 2013

Wendling, E. [2012]

Recoup! Filmfinanzierung- Filmverwertung, Konstanz 2012

Werner, T./ Burghardt, R. [2006]

Der graue Kapitalmarkt, Wiesbaden 2006

Wikimediacommons [2015]

Laterna magica. Verfügbar unter: <http://goo.gl/qlk9D8> (23.05.2015)

Wyatt, J. [1994]

High Concept. Movies and Marketing in Hollywood, Texas 1994

Zwirner, A. [2012]

Finanzierung und Förderung von Kinospielefilmen in Deutschland. Herausforderung und Chancen für junge Produzenten, Wiesbaden 2012

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname